

RAPPORT DE LA
COMMISSION ROYALE
D'ENQUÊTE SUR LES
ÉCARTS DE PRIX DES
DENRÉES ALIMENTAIRES

VOLUME III

MARS 1960

iii

82480-1½

The Queen's Printer and Controller of Stationery, Ottawa, 1960

Prix: \$2.00 N^o de catalogue Z1-1957/4-3F
En vente chez l'Imprimeur de la Reine,
Ottawa, Canada.

AVANT-PROPOS

Le rapport de la Commission royale d'enquête sur les écarts de prix des denrées alimentaires, signé par les commissaires, a été rendu public le 30 novembre 1959. Il se composait des volumes I et II et l'introduction du volume I annonçait un volume supplémentaire (volume III) qui contiendrait le résultat de certaines recherches, des données statistiques et des études plus poussées sur la commercialisation de certaines denrées en particulier. La préparation de ce volume est maintenant terminée.

Les documents sur lesquels sont fondées les études présentées dans le Volume III ont été mis à la disposition des commissaires au cours de leur enquête et au moment de la préparation des Volumes I et II qui contiennent le rapport signé de la Commission. Par la suite, un certain nombre de ces exposés ont été révisés et mis au point pour la publication. Même si le Volume III a été préparé d'après les instructions des commissaires, ceux-ci n'ont pas revu les documents révisés qui constituent ce volume. Le volume n'est pas signé par les commissaires.

Les documents originaux ont été préparés par les membres du personnel de la Commission soit en particulier, soit en collaboration. La préparation des textes du Volume III pour la publication est l'oeuvre de M. J.A. Dawson, secrétaire de la Commission et de M. J.B. Rutherford, directeur des recherches. Dans les remerciements qui figurent au début du Volume I, on a mentionné la collaboration que le personnel préposé aux recherches a apportée à la réalisation du programme de la Commission. En raison de la somme considérable de travail qui a été faite en collaboration pour préparer les documents originaux et de la tâche énorme que comportait la révision des documents destinés à la publication, il est impossible d'en attribuer le mérite à certains membres du personnel en particulier. Il convient cependant de signaler que M. W.M. Drummond, membre de la Commission, a contribué largement à la préparation de deux études qui font partie du Volume III et qui sont intitulées: Le rôle des coopératives dans l'écoulement des produits alimentaires au Canada et Le rôle des offices de vente dans le système de vente des produits alimentaires au Canada. Les études sur les denrées agricoles qui forment une partie importante du volume ont été préparées sous la direction de M. W.E. Haviland. Voici la liste complète des membres du personnel préposé aux recherches:

* W.J. Anderson	W.E. Haviland
G. Beckford	R.E.F. Jones
* A. Breton	Frances M. McLean
K.E. Cann	* D.D. Monieson
* D.W. Carr	* R. Mundell
* D. Eldon	* R. Parenteau
H.C. Frick	Z.Y. Yankowsky

* Ces personnes ont travaillé à temps partiel ou pendant un temps limité

TABLE DES MATIÈRES

VOLUME III

ÉTUDES GÉNÉRALES

	PAGE
Le rôle des coopératives dans l'écoulement des produits alimentaires au Canada.....	3
Le rôle des offices de vente dans le système de vente des produits alimentaires au Canada.....	39
La situation changeante de l'industrie agricole au Canada, de 1941 à 1957.....	79
Concentration dans les industries canadiennes de denrées alimentaires.....	100
Comparaison des niveaux de prix des denrées alimentaires dans les principales villes du Canada.....	116
Prix des denrées alimentaires dans les magasins d'alimentation au détail - Toronto et Vancouver.....	118
Les frais de transport en tant qu'élément des écarts de prix des denrées alimentaires.....	132
Frais de publicité relatifs aux denrées alimentaires, 1949 - 1957	158
Coût global de l'entreposage frigorifique des produits alimentaires.....	174
Dépenses en récipients et en fournitures d'emballage dans l'industrie de la fabrication des produits alimentaires, 1949 - 1957.....	185

ÉTUDES SUR LES ÉCARTS DE PRIX DES DENRÉES AGRICOLES

Denrées particulières - revenu du producteur, dépenses du consommateur, consommation.....	202
Le boeuf.....	210
Le porc.....	247
Produits laitiers.....	268
Volaille et oeufs.....	298
La farine et le pain.....	329
Pommes de terre.....	348
Tomates.....	363
Les pois.....	373
Le maïs en conserve.....	382
Les pommes fraîches.....	390

TABLE DES MATIÈRES

VOLUME III

ÉTUDES SUR LES ÉCARTS DE PRIX DES DENRÉES AGRICOLES (SUITE)

	PAGE
Fraises.....	404
Pêches.....	415
La betterave à sucre.....	427
Sucre et sirop d'érable.....	436

ÉTUDES SUR LES ÉCARTS DE PRIX DES PRODUITS DE LA PÊCHE

Introduction aux études sur les produits de la pêche.....	448
Le saumon sockeye en conserve.....	458
Le flétan du Pacifique.....	501
Le homard.....	540
Les filets de morue.....	566
Les filets d'aiglefin.....	599
Les filets de poisson blanc et poisson blanc habillé.....	612

ÉTUDES GÉNÉRALES

LE RÔLE DES COOPÉRATIVES DANS L'ÉCOULEMENT DES PRODUITS

ALIMENTAIRES AU CANADA

A toutes fins pratiques, on peut dire que le régime d'organisation et d'exploitation fondé sur les principes coopératifs est intimement lié à l'expansion de l'agriculture canadienne. Jusqu'ici, l'activité coopérative a été de beaucoup l'oeuvre des cultivateurs, les pêcheurs venant en second lieu dans ce domaine. Même s'il existe un certain nombre de coopératives de consommateurs, dont plusieurs de fondation assez récente, il n'en reste pas moins que la coopération mise au service exclusif des consommateurs n'a jamais constitué plus qu'une part relativement minime de l'ensemble du mouvement¹. A cet égard, la situation constatée au Canada diffère de façon marquée de celle qui règne dans les pays importateurs de denrées alimentaires comme l'Angleterre et l'Allemagne, où les premières coopératives furent fondées par des consommateurs et où la coopération pour le bénéfice des consommateurs a toujours été le principal objectif en vue.

Si le mouvement coopératif au Canada a été avant tout agricole, il est également vrai que son activité a surtout porté sur l'écoulement des produits agricoles. De fait, à venir jusqu'à ces quelques dernières années, coopération dans le domaine agricole et mise en vente coopérative avaient virtuellement la même signification. Avec l'accroissement du nombre et de la portée économique des éléments de frais d'exploitation agricole, cependant, l'achat et la distribution en coopération de marchandises nécessaires à la production agricole et de fournitures générales pour les fermes ont acquis de plus en plus d'importance. L'ampleur prise par ce genre de coopération date surtout des vingt dernières années. Dans bien des cas, des coopératives s'adonnant à la vente ont étendu leur activité à l'achat de fournitures pour leurs membres. Enfin, il y a les coopératives fondées en vue de fournir divers services. Dans cette catégorie-là, celles qui fournissent du crédit à court terme sont les plus anciennes en existence de même que les plus nombreuses. D'autres coopératives de service font le commerce des assurances, distribuent l'électricité et fournissent le service téléphonique, entreprennent la construction d'habitations; quelques-unes mêmes exploitent des établissements de pompes funèbres.

C'est à coup d'expériences et d'essais que le mouvement coopératif a pris son essor. Il s'ensuit logiquement qu'aucune des associations coopératives en existence n'est calquée sur un modèle rigoureusement uniforme en ce qui concerne son organisation et ses opérations.

¹ À noter toutefois que cette règle générale souffre quelques exceptions. Ainsi, la British Canadian Co-operative Society, de Sydney, (N.-É.), coopérative de consommateurs de 9,000 membres, fonctionne sans interruption depuis 1906.

La diversité, à ce point de vue, s'est multipliée en fonction des problèmes différents que posait l'activité économique changeant avec les diverses régions du pays. D'une région à l'autre, et même d'une industrie à l'autre, il n'existe aucune uniformité quant aux modes de financement, à l'étendue et à l'autorisation légale des opérations, ni même dans le langage employé pour définir le mode d'organisation et d'exploitation. De plus, la terminologie et les pratiques du mouvement coopératif sont en évolution plus ou moins constante.

Malgré cette grande diversité, on a cependant cherché à assurer que les sociétés coopératives, quels que soient leur objectif spécifique et l'étendue de leurs opérations, adhèrent à certains principes généraux reconnus comme régissant les sociétés commerciales organisées selon la forme coopérative. Parmi ceux-là citons le concept de la libre admissibilité, c'est-à-dire le fait d'admettre au statut de membre quiconque le désire, sans égard à sa condition financière.

Un deuxième principe tend à garantir la conduite démocratique des affaires de l'organisme en exigeant qu'aucun membre n'ait plus qu'une voix, peu importe le nombre d'actions qu'il détient. On en parle souvent comme du régime dit "une voix, un membre". Un autre principe veut que l'intérêt versé sur les capitaux investis dans l'entreprise ne dépasse pas des limites déterminées. Un autre, qui revêt une grande importance, est celui selon lequel tout excédent demeurant en caisse après l'acquittement des frais de l'exploitation doit être distribué aux membres en proportion du chiffre d'affaires, c'est-à-dire en proportion de l'usage qu'ils ont fait des services de la coopérative. En plus de suivre ces principes généraux, les coopératives cherchent aussi à observer certaines règles fondamentales, dont l'une, d'application générale au Canada, oblige à vendre ou à acheter aux prix courants les marchandises manutentionnées¹. D'autres règles, un peu moins scrupuleusement observées visent, entre autres, la préférence à donner aux transactions au comptant sur les transactions à crédit, et les dispositions à prendre en vue de financer la propagande et l'éducation en matière de coopération.

Ceux qui ont tenté d'établir une bonne définition de ce qu'est une coopérative ont en réalité cherché à résumer les principes qui précèdent dans un exposé concis et de portée générale. Bien des définitions ont été offertes, mais l'une des meilleures paraît bien être celle que donne le Report of the Enquiry on Co-operative Enterprises in Europe, 1937, publié par le Gouvernement des États-Unis. C'est aussi la définition proposée dans le mémoire présenté à la Commission par l'Union des coopératives du Canada. En voici le texte:

1 Dans certains pays, en Suède par exemple, où les coopératives sont plus répandues qu'au Canada, cette règle n'est pas appliquée. Les coopératives ont pour objectif de livrer une concurrence réelle en matière de prix.

"Une entreprise coopérative est une entreprise qui appartient à ceux qui recourent à ses services, dont la direction revient à tous ses membres et dont les bénéfices sont répartis entre ses membres proportionnellement à l'usage qu'ils font de ses services."

À cela on peut ajouter que ceux qui adhèrent à une coopérative ou qui sont ses clients le font de leur plein gré. Chez les coopérateurs, l'adhésion à une coopérative ou le fait de lui donner sa clientèle sont entièrement volontaires.

Caractère général de l'essor des coopératives

Comme on l'a déjà souligné, l'intérêt manifesté envers la coopération s'orientait surtout vers l'organisation des marchés. La vente coopérative se répandit graduellement dans tout le Canada et s'étendit peu à peu à la majorité des produits de la ferme. Le mouvement se dessina d'abord dans les années 1870, époque à laquelle des cultivateurs entreprirent d'organiser et d'exploiter des fromageries et des beurrieres. Malgré qu'ils fussent le résultat d'une initiative collective lancée en vue du bien commun, ces organismes n'en étaient pas moins formés au petit bonheur et n'avaient pas d'existence légale. Peu à peu, cependant, à mesure que les organismes créés affichaient un caractère de plus en plus permanent, on chercha à les constituer en sociétés sous le régime des lois régissant les compagnies ordinaires dans les provinces. De 1890 à 1910, plusieurs coopératives furent ainsi constituées. Mais, comme les lois ordinaires des compagnies ne prévoyaient rien au sujet du paiement de ristournes, de la limitation du rendement du capital ni des restrictions quant au droit de vote, elles ne constituaient pas le moyen idéal de donner l'existence légale à des associations devant être administrées selon les principes de la coopération.

De plus, bien des petits groupes de cultivateurs manquaient de ressources pour assumer le coût de la constitution en société sous le régime d'une loi des compagnies. Tout cela amena petit à petit l'adoption par les provinces de lois spéciales visant les coopératives. Ces mesures, qui permettent la constitution en société moyennant des frais nominaux existent dans toutes les provinces depuis nombre d'années. En fait, quelques-unes des provinces ont adopté plusieurs lois différentes intéressant les coopératives. Par contre, et malgré les revendications répétées réclamant une telle mesure, il n'existe pas encore de loi fédérale spéciale autorisant la constitution de coopératives en sociétés.

Quoique, pour la grande majorité, les coopératives soient encore relativement petites et n'aient qu'un caractère local, bon nombre d'entre elles se sont fédérées en associations régionales ou provinciales et obtiennent ainsi les avantages d'opérations exécutées sur une grande échelle. Dans certains cas de production spécialisée, concentrée dans des régions données, l'organisation coopérative a eu tendance à se développer à l'échelle régionale plutôt qu'à l'échelle provinciale. Par

contre, des exemples montrent que le désir de bénéficier des économies résultant du volume ou d'augmenter le pouvoir de marchandage ou encore d'influencer les prix a parfois poussé à donner à l'organisation une envergure interprovinciale, voire nationale.

Proportion de la vente des denrées alimentaires attribuée aux coopératives

Afin de déterminer l'importance qu'il faut attacher au rôle des coopératives dans la vente des denrées alimentaires, il importe de connaître la proportion de mise en marché qui est leur oeuvre et de savoir si cette proportion évolue par rapport au total. Vu que la mise en vente comporte une succession d'étapes, dont le nombre et le caractère changent radicalement selon les produits, et que les voies d'écoulement sont en général complexes, il est extrêmement difficile, pour ne pas dire impossible d'obtenir des statistiques permettant d'établir avec quelque certitude la proportion totale de mise en marché attribuable au régime coopératif et aux autres régimes de commercialisation. Pour se renseigner avec exactitude, il faudrait disposer de pareille statistique à l'égard du pays tout entier et à l'égard des produits réunis en un seul groupe, de même qu'à l'égard de chaque région ou province et de chaque groupe de denrées. Comme de telles données n'existent pas, on est réduit à fonder ses conclusions sur des statistiques de portée beaucoup plus restreinte.

On peut se faire une idée véritable de la situation en analysant les détails relatifs à l'exécution de fonctions particulières dans le domaine de la mise en vente. Le tableau 1 indique comment les diverses catégories d'entreprises commerciales, coopératives comprises, se sont partagé la fonction du rassemblement des denrées en 1951.

Selon le tableau, la portion de ces produits primaires rassemblée par les coopératives représente 36.3 p. 100 de la valeur marchande de l'ensemble. Il est toutefois évident que pour tenir compte du rassemblement opéré par les élevateurs à grain, il faudrait que ce chiffre fût beaucoup plus élevé.

Afin d'opérer la mise au point nécessaire, il faut se reporter au tableau 2, qui répartit les assembleurs selon leur genre et leur commerce et donne la valeur des produits rassemblés.

D'après le tableau, les céréales ont contribué, en 1951, pour presque la moitié au total des ventes. En supposant qu'à peu près la moitié des céréales aurait été rassemblée par les élevateurs coopératifs¹,

¹ Le 1^{er} décembre 1957, les élevateurs à grain coopératifs appartenant aux trois syndicats provinciaux et à l'United Grain Growers Limited s'élevaient à 2,622, soit un peu plus de 49 p. 100 du nombre total, et renfermaient quelque 55 p. 100 de la capacité d'emmaganisage des élevateurs ruraux autorisés.

TABLEAU 1. ASSEMBLEURS DE PRODUITS PRIMAIRES AU CANADA, 1951

	Total des établissements		Ventes	
		%	(milliers de dollars)	%
Total des déclarants ^a	1,894	100.0	876,471	100.0
Particuliers	945	49.9	132,473	15.1
Sociétés en nom collectif	237	12.5	103,398	11.8
Compagnies constituées	336	17.8	320,682	36.6
Associations coopératives	370	19.5	318,198	36.3
Autres	6	0.3	1,720	0.2

a Sur un total de 7,179 assembleurs de produits primaires, 6,799 faisaient le commerce des produits sur lesquels la Commission enquêtait. De ceux-là, 5,285 éleveurs à grain n'ont pas fourni de détails pour la ventilation ci-dessus, ce qui veut dire que les 1,894 établissements du tableau ne comprennent aucun de ces éleveurs. D'autre part, 400 assembleurs faisant le commerce de produits dont la Commission ne s'occupait pas, sont au nombre des déclarants.

Source: Recensement de la distribution, Commerce de gros, tableau 13.

cela nous amène à conclure que les céréales ainsi rassemblées ont compté pour 25 p. 100 dans la valeur marchande de tous les produits rassemblés. Si, comme on l'a déjà dit, les coopératives ont réuni 36.3 p. 100 des produits autres que les céréales et que ces derniers représentent en valeur la moitié de tous les produits rassemblés, cela veut dire que le rassemblement par les coopératives de produits autres que les céréales a compté pour la moitié de 36.3 p. 100, ou 18.2 p. 100, dans la valeur marchande de tous les produits rassemblés.

Comme le rassemblement de céréales par les coopératives s'établit à 25 p. 100 de tous les produits rassemblés, et comme ces dernières ont réuni en denrées autres que les céréales une autre proportion de 18.2 p. 100 du total, on en arrive à un chiffre d'ensemble de 43 p. 100

TABLEAU 2. RÉPARTITION DES ASSEMBLEURS SELON LEUR GENRE ET LEUR COMMERCE ET VALEUR DES PRODUITS PRIMAIRES D'ALIMENTATION RASSEMBLÉS AU CANADA EN 1951

Commerce	Acheteurs de produits primaires	Organismes de vente coopératifs	Elévateurs à grain	Emballeurs et expéditeurs	Total	Total des ventes
	Nombre d'établissements					(milliers de dollars)
Céréales	28	1	5,285	-	5,314	679,863
Animaux de ferme autres que les chevaux	321	89	-	-	410	380,166
Produits alimentaires (sauf articles d'épi- cerie et tabac)	820	228	-	7	1,055	302,046
Totaux	1,169	318	5,285	7	6,779	1,362,075

Source: Recensement de la distribution, 1951, tableaux 3 et 14.

pour les coopératives¹. Ce pourcentage, bien entendu, ne se rapporte qu'à une seule année et englobe toutes les denrées alimentaires de même que toutes les sections du pays.

Le tableau 3 montre le degré de participation des coopératives à la transformation des denrées alimentaires. On y voit que de 1949 à 1957, le pourcentage des établissements coopératifs a varié d'un peu moins de 11 p. 100 à un peu moins de 12 p. 100. On y voit aussi que durant les neuf années en cause, ces établissements coopératifs ont pris à leur compte quelque 6 p. 100 du total de la transformation de produits

Vu que le pourcentage des établissements coopératifs est sensiblement plus élevé que le pourcentage de transformation qui leur est attribué, on peut logiquement déduire qu'en moyenne les établissements coopératifs de transformation ont été beaucoup plus petits que les autres. Cela s'explique quand on songe qu'en 1956, 538 des 855 coopératives fabriquaient des produits laitiers et qu'en majorité c'étaient des fromageries et des beurreries exerçant une activité purement locale. Le fait cependant que les entreprises coopératives aient accusé une diminution graduelle tant en nombre absolu qu'en pourcentage de l'ensemble, tout en continuant à exécuter le même pourcentage de transformation des produits, laisse entendre qu'en moyenne les fabriques coopératives se sont agrandies. Plusieurs raisons expliquent pourquoi les établissements coopératifs de transformation ont diminué en nombre pour croître en importance. Entre autres choses, les rendements accrus de ces dernières années par unité de superficie ont amené plus de produits à la transformation dans une région donnée, d'où nécessité d'opérations plus vastes. Dans certains cas, la destruction de fabriques existantes ou leur état de désuétude a favorisé le remplacement de deux petites coopératives ou plus par une seule plus puissante. Plus important encore, nombre de coopératives locales ont trouvé qu'il était matériellement et financièrement possible (en partie à cause des moyens de transport améliorés) de donner à leur exploitation, par fusion ou autrement, l'expansion que des raisons d'ordre technique et économique rendaient nécessaire. Souvent, l'outillage plus récent et plus perfectionné requis pour pousser plus loin la transformation dans des établissements à fins multiples ne peut être utilisé avantageusement qu'avec le volume de travail que procure la fusion de deux établissements ou plus. La diminution marquée du nombre des fromageries et des beurreries coopératives ces dernières années est due, dans l'ensemble, à des facteurs tels que ceux-là².

-
- 1 Pour arriver au chiffre de 18.2 p. 100, on a supposé qu'en réduisant le total des ventes dans le tableau 1 (\$876,471,000) à la somme de \$682,212,000 (portion du total des ventes attribuée par le tableau 2 aux produits autres que les céréales), il faudrait réduire en proportion le chiffre des ventes des coopératives établi à \$318,198,000 dans le tableau 1. Autrement dit, on a supposé qu'un certain nombre des 400 assembleurs comptés dans le tableau 1 et qui faisaient le commerce de produits n'intéressant pas la Commission, adhéraient au mouvement coopératif.
- 2 En 1949, il existait 680 fromageries et beurreries coopératives, soit 37 p. 100 d'un total de 1,862. En 1956, le total correspondant n'était plus que de 1,369 établissements dont 532 coopératives, ou 39 p. 100.

TABLEAU 3. ACTIVITÉ DES COOPÉRATIVES DANS L'INDUSTRIE DES ALIMENTS ET DES BOISSONS, CANADA, 1949-1957

Année	Nombre d'établissements			Valeur brute des produits vendus		
	Total	Coopératives	Pour-cent du total	Total	Coopératives	Pour-cent du total
				(milliers de dollars)		
1949	8,558	942	11.0	2,882,582	178,134	6.2
1951	8,388	988	11.8	3,450,031	200,658	5.8
1952	8,263	952	11.5	3,472,517	202,759	5.8
1953	8,129	907	11.2	3,491,962	200,928	5.8
1954	8,090	886	11.0	3,562,547	206,726	5.8
1955	8,134	883	10.9	3,614,316	218,865	6.1
1956	8,023	855	10.7	3,826,702	232,366	6.1
1957	8,536	889	10.4	4,171,971	256,279	6.1

Source: BFS, Rapports sommaires annuels sur l'industrie des aliments et des boissons.

La conclusion la plus importante à tirer des chiffres du tableau en question est cependant que la part de transformation accomplie par les coopératives est tout juste demeurée stationnaire. Cela pourra en étonner beaucoup qui savent que les dernières années ont vu monter, peu à peu mais constamment, la valeur en dollars de la transformation pratiquée par les coopératives, de même que les quantités absolues de produits transformés. Certes, la statistique du tableau 3 prouve ce fait là, mais une hausse parallèle a marqué la production de toutes les entreprises de transformation. Comme cette production d'ensemble et celle des fabriques coopératives ont augmenté à la même cadence, la part de la transformation revenant aux coopératives est demeurée à peu près la même. A ce propos, toutefois, il y a lieu de croire que cette part dépasse un peu les chiffres de la dernière colonne du tableau 3. Rappelons-nous que ce tableau se rapporte aussi bien aux boissons qu'aux produits alimentaires. Et comme aucune entreprise coopérative n'est reconnue comme fabricante de boissons, la valeur de tels produits devrait être soustraite de la valeur totale inscrite au tableau 3 avant de calculer la part des coopératives qui, avec cette mise au point, serait alors portée à quelque chose comme 7 à 8 p. 100.

Bien qu'un tel pourcentage puisse donner une indication assez juste de l'importance, par rapport à l'ensemble du Canada et au groupe des produits alimentaires, de la transformation exécutée par les coopératives, il n'en reste pas moins que cette importance varie selon les régions et selon les produits. On peut se faire une idée de la nature et de l'étendue de ces écarts en consultant les tableaux 4, 5 et 6, qui décrivent la situation existant en 1956, la plus récente année pour laquelle les statistiques soient disponibles.

Ces tableaux peuvent donner lieu à plusieurs conclusions. D'abord, il est évident que la proportion d'animaux de boucherie et de fruits et de légumes apprêtée par les coopératives est très faible puisqu'elle dépasse à peine 2 p. 100 dans le cas des premiers et qu'elle ne s'établit qu'à 2.3 p. 100 pour ce qui est des seconds. En deuxième lieu, on voit que la part d'apprêtage d'animaux de boucherie et de fruits et légumes qui revient aux coopératives est très inégalement répartie au pays. C'est seulement dans le Québec et l'Ontario que des coopératives font l'apprêtage d'animaux de boucherie¹. Quant aux fruits et aux légumes, la transformation par les coopératives est presque exclusive à la Colombie-Britannique, au Québec et aux trois provinces Maritimes. L'examen des valeurs marchandes brutes montre aussi que le gros de cette transformation est accompli en Colombie-Britannique. En Nouvelle-Écosse, au Nouveau-Brunswick et dans le Québec, seulement une petite part est l'oeuvre des coopératives, tandis que dans l'île du Prince-Édouard, la proportion correspondante représentée près du tiers du total pour la province, mais ne constitue qu'une infime portion du total pour l'ensemble du pays.

¹ Une salaison coopérative est en voie d'aménagement à Halifax mais elle n'est pas encore entrée en exploitation.

TABLEAU 4. APPRÊTAGE, PAR RÉGION, D'ANIMAUX DE BOUCHERIE PAR LES COOPÉRATIVES EN 1956

Région	Nombre d'éta- blissements en tout	Nombre d'éta- blissements coopératifs	Valeur marchande brute des expédi- tions de toutes les fabriques (milliers de dollars)	Valeur marchande brute des expé- ditions des fa- briques coopéra- tives (milliers de dollars)	Proportion apprêtée par les coopératives %
Provinces de l'Atlantique	11	0	20,466	0	0
Québec	40	2	172,597	16,999	3.4
Ontario	55	2	332,271		
Manitoba	13	0	101,446	0	0
Saskatchewan	8	0	31,334	0	0
Alberta	15	0	132,087	0	0
Colombie-Britannique	12	0	54,667	0	0
Canada	154	4	884,889	16,999	2.0

Source: BFS, Rapports sur l'industrie des aliments et des boissons.

TABLEAU 5. FABRICATION, PAR RÉGION, DE PRODUITS LAITIERS PAR LES COOPÉRATIVES EN 1956

	Nombre d'éta- blissements en tout	Nombre d'éta- blissements coopératifs	Valeur marchande brute des expédi- tions de toutes les fabriques (milliers de dollars)	Valeur marchande brute des expédi- tions des fabri- ques coopérati- ves (milliers de dollars)	Proportion fabriquée par les coopératives %
Terre-Neuve	2	0	6,426	1,826	28.4
Île du Prince-Édouard	17	7			
Nouvelle-Écosse	30	6	12,993	1,206	9.2
Nouveau-Brunswick	30	7	9,819	3,180	32.4
Québec	640	306	182,394	51,895	28.4
Ontario	478	90	202,221	21,962	18.5
Manitoba	70	17	28,042	6,421	22.9
Saskatchewan	57	38	28,017	19,279	68.8
Alberta	102	54	41,932	20,168	48.1
Colombie-Britannique	42	13	39,940	25,425	63.6
Canada	1,468	538	551,783	151,361	27.4

Source: BFS, Rapports sur l'industrie des aliments et des boissons.

TABEAU 6. APPRÊTAGE, PAR RÉGION, DE FRUITS ET DE LÉGUMES PAR LES COOPERATIVES EN 1956

	Nombre d'éta- blissements en tout	Nombre d'éta- blissements coopératifs	Valeur marchande brute des expédi- tions de toutes les fabriques (milliers de dollars)	Valeur marchande brute des expédi- tions des fabri- ques coopéra- tives (milliers de dollars)	Proportion apprêtée par les coopératives %
Terre-Neuve	6	0	233	0	0
Saskatchewan	1	0		0	0
Île du Prince-Édouard	10	3	1,050	342	32.6
Nouvelle-Écosse	16	3	4,236	267	5.5
Nouveau-Brunswick	11	2	641		
Québec	124	9	39,614		
Ontario	196	3	168,449	139	.1
Manitoba	9	0	2,739	0	0
Alberta	7	0	4,471	0	0
Colombie-Britannique	66	12	28,452	3,601	12.6
Canada	446	32	249,884	5,822	2.3

Source: BFS, Rapports sur l'industrie des aliments et des boissons.

Une troisième conclusion, dont l'importance saute aux yeux, c'est que le gros de la préparation de produits alimentaires par les coopératives consiste en la fabrication de produits laitiers. Cette activité des coopératives contribue pour 27.4 p. 100 au total des produits laitiers fabriqués au Canada. Il ne faut pas perdre de vue non plus que c'est dans toutes les parties du pays que les coopératives contribuent pour une part vraiment importante à cette fabrication. Les proportions, qui en sont particulièrement considérables en Saskatchewan, en Alberta et en Colombie-Britannique, s'établissent à près de la moitié dans la première province, et aux deux tiers environ dans les deux autres.

D'autres conclusions intéressantes découlent de l'examen des données du tableau 5. On y voit, par exemple, que le rapport entre le pourcentage des produits manutentionnés par les coopératives et celui des établissements coopératifs accuse des écarts considérables d'une province à l'autre. Alors qu'en Nouvelle-Écosse, le cinquième des établissements a réalisé 9 p. 100 de la fabrication, au Nouveau-Brunswick, presque le tiers de la fabrication est l'oeuvre de 23 p. 100 des établissements. Dans le Québec, la réalisation des 28 p. 100 attribués aux coopératives a requis l'activité de 48 p. 100 des établissements, tandis qu'en Ontario la proportion correspondante de 18 p. 100 à été l'oeuvre de 18 p. 100 des établissements de la province. Dans chacune des provinces des Prairies, le pourcentage des fabriques coopératives a été le même que celui des produits transformés par les coopératives. Par contre, on voit qu'en Colombie-Britannique les établissements coopératifs, dont le nombre était bien inférieur au tiers du total, ont contribué pour presque les deux tiers à la production totale. Ces chiffres laissent entendre que les établissements coopératifs étaient beaucoup moins considérables que les non coopératifs en Nouvelle-Écosse et dans Québec, que ceux des deux catégories s'égalaient en importance en Ontario et dans les provinces des Prairies, que les établissements coopératifs dépassaient un peu les autres au Nouveau-Brunswick et, enfin, qu'en Colombie-Britannique ces mêmes établissements étaient nettement plus considérables que ceux de l'autre catégorie.

Ainsi qu'il en est fait mention précédemment, le nombre de coopératives organisées par et pour les consommateurs a été nettement limité jusqu'ici. Cependant, outre les produits alimentaires que détaillent les coopératives de consommation proprement dites, une quantité importante et sans cesse croissante de ces denrées est achetée par des consommateurs qui s'adressent à des coopératives dont le commerce comprend des articles de production agricole et des accessoires ménagers en général. Le tableau 7 indique, de façon générale, le rôle que les coopératives ont joué au cours des dix dernières années dans le domaine de la vente des denrées alimentaires au détail.

Il y a deux conclusions principales à tirer de ce tableau. La première, c'est que les coopératives canadiennes ne font qu'une faible partie seulement des ventes de denrées alimentaires au détail. Cette proportion est effectivement d'environ 2 p. 100. Fait presque aussi important, rien n'indique que ce pourcentage s'accroîtra. Au contraire, il semble y avoir une légère tendance dans le sens opposé. Même si le volume réel des ventes au détail des coopératives a augmenté constam-

TABLEAU 7. VENTES AU DÉTAIL DE PRODUITS ALIMENTAIRES FAITES PAR LES COOPÉRATIVES AU CANADA,
1949 - 1957

<u>Produits alimentaires achetés au détail</u>				
<u>Année</u>	<u>Total^a</u>	<u>Par l'intermédiaire des coopératives^b</u>	<u>Pourcentage du total</u>	<u>Nombre des coopératives signalant des ventes de denrées alimentaires</u>
	<u>(millions de dollars)</u>	<u>(millions de dollars)</u>		
1949	2,346	49.6	2.1	799
1950	2,584	56.5	2.2	857
1951	2,980	57.8	1.9	852
1952	3,127	58.5	1.9	790
1953	3,232	70.1	2.2	928
1954	3,404	63.9	1.9	802
1955	3,589	61.5	1.7	823
1956	3,843	68.2	1.8	798
1957	4,137	75.0	1.8	792

Sources: a Dépenses personnelles pour l'alimentation, extraites des Comptes nationaux (revenu et dépense), moins les denrées alimentaires consommées sur les fermes, les autres denrées alimentaires consommées "en nature" et les denrées alimentaires consommées dans les restaurants.

b Sommaires annuels sur la coopération au Canada, portant sur certaines années dont la fin est établie au 31 juillet et préparés par la Division de l'économie du ministère de l'Agriculture. (Bien que les rapports présentés puissent varier et, de fait, varient d'une année à l'autre quant à leur intégralité, la Division de l'économie pense qu'ils englobent au moins les neuf dixièmes des affaires des coopératives de vente et d'achat. Des observations sur ce point sont présentées dans les rapports de 1948 et de 1957.)

ment et de façon assez marquée, ces augmentations se sont accompagnées d'accroissements correspondants des ventes globales de denrées alimentaires au détail. Par suite, l'importance relative des coopératives dans le domaine du détail est demeurée inchangée en somme.

Afin de concilier la faible proportion des ventes d'aliments au détail que font les coopératives avec le nombre relativement considérable de coopératives qui ont participé au commerce de détail, il faut se rappeler que la grande majorité des associations relevées dans la dernière colonne du tableau 7 sont des coopératives qui, achetant des articles destinés à la ferme en général, ont surtout fait le commerce de denrées autres que les produits alimentaires. De fait, dans bien des cas, la part du commerce représentée par la vente des denrées alimentaires a été relativement peu importante, sinon accessoire au regard du total.

Bien que les coopératives jouent un rôle assez effacé dans l'organisation de la vente des denrées alimentaires au détail par tout le Canada, il faut dire qu'elles exercent un commerce de détail important dans plusieurs centres urbains des provinces de l'Ouest et dans quelques régions restreintes d'autres parties du pays. De façon générale, la participation des coopératives n'est importante que dans les quelques localités où se sont organisées des coopératives de consommation assez considérables.

Résumé général concernant le degré de participation des coopératives

L'exposé qui précède semble justifier les conclusions d'ordre général suivantes. Tout d'abord, il est évident que la part d'activité commerciale des coopératives de beaucoup la plus importante s'est exercée, jusqu'ici, au niveau de l'assemblage local, c'est-à-dire au premier des divers stades qui constituent l'ensemble de l'entreprise commerciale. Les éléments de preuve révèlent que 7 à 8 p. 100 seulement de tous les produits alimentaires d'origine agricole sont conditionnés par les coopératives, que c'est uniquement dans le cas des produits laitiers que le conditionnement exécuté par les coopératives a accusé des progrès appréciables et que, même dans ce cas, la proportion obtenue par les coopératives n'a pas eu tendance à augmenter. Pour ce qui est de la vente au détail, il est bien évident que les coopératives n'ont pas joué un rôle important dans l'ensemble. Malgré de remarquables succès obtenus dans des cas isolés, malgré l'établissement de quelques magasins coopératifs de détail assez considérables et un accroissement continu du volume absolu des ventes au détail au cours des dernières années la proportion que les coopératives ont obtenue par rapport à l'ensemble du commerce de détail n'a guère pu se maintenir. De fait, elle a été portée à diminuer légèrement ces dernières années.

Fonctions déterminées accomplies par les coopératives de vente

La section précédente mentionne que la majeure partie de l'activité commerciale des coopératives s'est exercée au niveau de l'assemblée local, que le conditionnement effectué par les coopératives n'en a constitué qu'une bien plus faible partie et que les ventes au détail des coopératives ont eu assez peu d'importance. En d'autres termes, il y est dit que l'activité commerciale des coopératives a eu tendance à devenir bien moins prononcée, quand on passe du premier aux derniers stades de l'ensemble de la commercialisation. Bien que ces observations donnent, de façon générale, une idée exacte de la situation, il faut expliquer un peu plus en détail la nature précise des tâches ou fonctions que les coopératives remplissent, afin de faire bien comprendre le rôle que jouent les coopératives dans le domaine de la vente.

D'après le recensement de la distribution fait par le Bureau fédéral de la statistique, les établissements officiellement inscrits à titre d'assembleurs peuvent varier considérablement selon leur genre, mais ils doivent tous avoir une particularité distinctive. Quelles que soient leurs autres caractéristiques ou fonctions, ils ne sont pas considérés comme assembleurs pour les fins de la statistique à moins qu'ils n'achètent directement des produits primaires en vue de les vendre par la suite soit à leur propre compte, soit à commission. C'est donc dire, entre autres choses, qu'ils achètent les produits aux cultivateurs ou à d'autres producteurs au premier degré et que, de la sorte, ils participent à la création d'un marché et à l'établissement du prix initial ou du prix à la ferme. Cependant, il incombe normalement aux assembleurs d'accomplir une ou plusieurs autres tâches dont la nature et le nombre dépendent de divers facteurs, comme le genre de denrée ou de denrées dont ils font le commerce, la région qui constitue le débouché, l'envergure de l'entreprise, et ainsi de suite.

Quelques exemples serviront à illustrer les situations variées qui se présentent. Ainsi qu'on l'a déjà signalé, une forte proportion de tous les établissements coopératifs de rassemblement comprend les élevateurs ruraux, qui constituent un important lien dans l'organisation du marché des céréales de l'Ouest canadien. Suivant le mode d'organisation du marché de ces denrées, le producteur agricole transporte les céréales jusqu'à l'élevateur. Elles y sont reçues par un employé de l'élevateur qui les pèse, les classe et les dépose dans un compartiment, puis fait au cultivateur ce qu'on appelle un versement initial. Le versement est directement proportionnel au poids consigné, à la catégorie déterminée, à la distance comprise entre l'élevateur et Fort-William et au montant du versement initial que la Commission canadienne du blé établit chaque année. Outre son chèque et des documents qui indiquent le poids et la catégorie, le cultivateur reçoit un certificat de participation qui lui donne le droit d'obtenir, à des dates ultérieures, un ou plusieurs autres petits versements supplémentaires, après que les céréales sont vendues et que la Commission du blé a déterminé le montant des versements supplémentaires. Au moment où les céréales sont placées dans l'élevateur, elles sont assurées et y demeurent emmagasinées jusqu'à ce qu'il devienne possible ou souhaitable de les transpor-

ter plus à l'est ou plus à l'ouest dans un élévateur terminus. Ce moment venu, les employés de l'élévateur chargent les céréales dans un wagon couvert et prennent toutes les autres dispositions nécessaires en vue de l'expédition. En remplissant ces diverses fonctions, l'élévateur fait office d'agent de la Commission canadienne du blé. En retour de ses services, il reçoit un certain montant le boisseau, selon le genre de céréales manutentionnées et la durée de la période d'emmagasinage. La Commission des grains établit et revise périodiquement les taux permis. Il faut aussi remarquer que chaque élévateur local est simplement un maillon d'une très longue chaîne d'établissements exploités par un des trois syndicats de l'Ouest ou la United Grain-Growers Co-operative Company.

Un cas analogue au précédent est celui de l'organisation du marché des pommes en Colombie-Britannique. La vallée de l'Okanagan compte bon nombre d'établissements qu'on appelle communément des établissements d'emballage. Quelques-uns appartiennent à des particuliers ou à des sociétés commerciales, mais une plus forte proportion d'entre eux ont un caractère coopératif. Après la récolte, le producteur transporte ses pommes par camion à l'un de ces établissements. L'établissement coopératif d'emballage se charge ensuite de les emballer, de les classer et de les emmagasiner. Subséquemment il les charge dans un wagon de chemin de fer et les expédie lorsque demande lui en est faite par la B.C. Tree Fruits Limited, agence centrale de vente de l'Office des fruits de la Colombie-Britannique. Normalement, le producteur choisit l'établissement d'emballage au printemps ou au début de la saison de culture plutôt qu'à l'époque de la récolte. De fait, les producteurs se sont engagés par contrat à livrer leurs fruits aux maisons d'emballage. Ce qui se passe, c'est que le producteur obtient de la maison d'emballage les approvisionnements dont il a besoin, comme des fertilisants, des produits de pulvérisation et des contenants, puis il s'engage à livrer ses pommes à cet établissement au moment de la récolte. Il importe de remarquer que les maisons d'emballage s'occupent d'approvisionnement et que, en plus des pommes, elles manutentionnent d'autres fruits et légumes dans la plupart des cas.

Les maisons d'emballage doivent tenir l'agence centrale de vente au courant des approvisionnements qu'elles ont en mains. De cette façon, cette dernière sait toujours exactement combien de pommes de chaque qualité et de chaque variété sont à vendre et dans quel établissement ou quels établissements elles sont exposées et d'où elles peuvent être expédiées. Chaque fois que l'agence de vente (la B.C. Tree Fruits Limited) reçoit une commande d'un courtier, elle confirme immédiatement la commande et téléphone à une maison d'emballage pour lui demander de charger un wagon de manière qu'il soit prêt à être expédié à un jour déterminé, ordinairement le lendemain. Quand le wagon est chargé, la maison d'emballage fournit au bureau de l'agence de vente des détails sur le contenu du wagon, le numéro du wagon et le genre d'appareil de chauffage.

Dans ce mode d'organisation du marché, l'agence de vente verse le même prix pour toutes les pommes de la même catégorie ou qualité. C'est pour ainsi dire, un prix moyen commun. Les maisons d'emballage soustraient de ce prix les frais que leur occasionne l'exécu-

tion des diverses fonctions mentionnées ci-dessus et ristournent le solde à leurs clients producteurs. C'est ce solde qui constitue le prix à la ferme ou au producteur. Comme les diverses maisons d'emballage n'ont pas la même efficacité et qu'elles exigent des frais différents en retour de leurs services, ce prix a tendance à varier un peu d'un producteur à l'autre.

On constatera donc qu'un établissement coopératif d'emballage de fruits occupe une position à peu près comparable à celle d'un élévateur coopératif à grains. Même si l'établissement ou l'élévateur n'ont aucune autorité en matière de négociation ou d'établissement des prix, au sens strict, ils réduisent tous deux le prix que touchent les producteurs jusqu'à concurrence du montant qu'ils exigent en retour de leurs services. De même, pour ce qui est de la participation à l'achat, ils font tous deux office d'agents d'une seule autorité en matière de détermination des prix. Dans les deux cas également, tous les gains nets des coopératives proviennent des frais qu'elles exigent en retour des services déterminés qu'elles rendent, non pas des achats et des ventes. Il y a cependant une grande différence entre les deux organismes: l'élévateur n'est qu'un maillon d'une très longue chaîne d'établissements, tandis que la plupart des établissements coopératifs d'emballage de l'Okanagan sont des entités distinctes.

Dans l'organisation du marché des pommes de la Nouvelle-Écosse, les assembleurs, qu'il s'agisse de coopératives ou non, sont désignés sous le nom de vendeurs. De façon générale, ils remplissent à peu près les mêmes fonctions que celles des maisons d'emballage de la Colombie-Britannique. Normalement, ils emballent, classent, emmagasinent et expédient les fruits. Mais, contrairement aux maisons d'emballage de la Colombie-Britannique, la coopérative de vente de la Nouvelle-Écosse achète les pommes, en prend possession en propre et se charge de les vendre pour le compte de ses membres cultivateurs. Le montant obtenu, moins les frais d'exploitation des coopératives, constitue le prix au producteur. Toutefois, vu que la coopérative a l'habitude de vendre et d'expédier les fruits aux grossistes et, parfois, directement aux magasins de détail à succursales ou aux gros détaillants indépendants, le prix versé au producteur a tendance à s'approcher également du prix accordé au conditionneur ou du prix de gros.

Lorsqu'un établissement coopératif de rassemblement fonctionne à une grande échelle, comme c'est le cas de la Scotian Gold qui manutentionne une forte proportion de toute la récolte, les fonctions qu'il remplit comprennent beaucoup de conditionnement. À cause de cela, un tel établissement peut être considéré comme conditionneur, même s'il accomplit surtout les fonctions qui se rangent d'ordinaire sous la rubrique générale du rassemblement.

Les observations faites ci-dessus à propos de la situation qui existe en Nouvelle-Écosse s'appliquent aussi, de façon générale, à la vente coopérative des pommes dans l'Ontario et le Québec. Le nombre des fonctions varie un peu selon l'importance de la coopérative et la région qu'elle dessert. Les grandes coopératives sont mieux pourvues d'installations d'emmagasinage et de classement, sont plus capables de s'occu-

per d'une certaine partie du conditionnement et sont certes mieux en mesure de traiter directement avec les gros détaillants.

Les fonctions que remplissent les coopératives de produits laitiers diffèrent, sous quelques rapports importants, de celles dont il a déjà été fait mention. Indépendamment des autres tâches qu'elles peuvent accomplir, les coopératives laitières s'occupent presque invariablement, jusqu'à un certain point, du conditionnement. À cause de cela, on les range naturellement parmi les conditionneurs même si elles accomplissent d'habitude d'autres fonctions auxquelles s'ajoute le conditionnement. En outre, vu que ce sont elles qui versent le prix initial ou le prix accordé au producteur de lait ou de crème, elles peuvent être regardées comme assembleurs et comme conditionneurs. À part cela, cependant, le nombre et la nature de leurs fonctions varient beaucoup, surtout selon l'ampleur de leur activité. Lorsque la coopérative est une entreprise locale plutôt petite qui fonctionne en tant qu'entité indépendante, elle s'emploie principalement à obtenir la matière première sous forme de lait ou de crème, à fabriquer les produits et à les écouler. De fait, outre l'entreposage, le conditionnement et l'emballage qu'elle fait dans une certaine mesure, c'est peu probable qu'elle s'intéresse à d'autres choses. D'autre part, lorsque la coopérative est assez importante, comme c'est le cas, par exemple, de la Fraser Valley Milk Producers' Association, des syndicats laitiers du nord ou du centre de l'Alberta, de la Saskatchewan Cooperative Creamery Association, de la United Dairy and Poultry Cooperative (récemment formée en Ontario) ou de la Coopérative Agricole de Granby, dans le Québec, il se peut que l'ensemble du programme d'exploitation comprenne plusieurs formes d'activité en plus du conditionnement. Ces grosses coopératives transportent souvent le lait ou la crème des fermes aux fabriques. Dans la plupart des cas, elles font du commerce de gros, tandis que celles qui vendent le lait nature et la crème font aussi du détail.

Les établissements d'emmagasinage de la Saskatchewan Cooperative Creamery servent beaucoup en tant qu'entrepôts frigorifiques publics. Cette coopérative fait aussi office d'agent de vente, à titre de consignataire, pour le compte de la DeInor Frozen Foods et s'emploie à obtenir des approvisionnements pour les détaillants de crème glacée. En outre, tandis que beaucoup de petites coopératives ont tendance à fabriquer un seul produit comme le fromage ou le beurre, les grosses coopératives ont habituellement le matériel nécessaire à la préparation d'une assez grande variété de produits laitiers. De fait, au commerce des produits laitiers, elles allient ordinairement celui d'autres denrées comme les volailles et les oeufs.

Outre le conditionnement proprement dit, la plupart des coopératives laitières font beaucoup d'emballage. C'est particulièrement le cas du beurre, dont une forte proportion est préparée en pains d'une livre ou d'une demi-livre et enveloppée avant de quitter la crèmerie. Il en est ainsi également des coopératives qui détaillent du lait nature et de la crème. Dans ces cas, la pasteurisation précède naturellement l'emballage et la livraison du produit au consommateur.

D'après ce qu'on vient de dire, il est évident que toutes les coopératives laitières font du conditionnement au moins dans une certaine mesure, mais que la plupart d'entre elles font également office d'assembleurs et de grossistes. En outre, dans certains cas, comme lorsqu'elles distribuent le lait et la crème, elles accomplissent même les fonctions des détaillants.

Les coopératives de vente de bestiaux sont de trois sortes. Il y a, entre autres, les cercles ou associations locales d'expédition de bestiaux. Ces associations résultent de l'action concertée d'un groupe de cultivateurs d'une région, en vue d'éliminer la marge de bénéfice des vendeurs. Elles ne sont généralement pas constituées en corporations; leur organisation et leur exploitation n'ont pas de cadres bien rigides. Un cultivateur ou une autre personne de la région commande un wagon à bestiaux ou prend d'autres dispositions afin que le chargement et l'expédition des animaux se fassent à un jour déterminé. Il se rend chez des agriculteurs ou il leur téléphone, afin de s'assurer qu'il y aura assez de bestiaux pour remplir le wagon et, ainsi, maintenir au minimum les frais d'expédition par animal. Il assume aussi la responsabilité du pesage et du chargement, au lieu d'expédition. En retour de ces services, il reçoit de l'association un versement modique. Une fois chargés, les bestiaux sont expédiés à un marché central où ils sont vendus par une maison de commission, coopérative ou privée. Dans certains cas, ils sont envoyés directement aux abattoirs coopératifs quand il en existe. Souvent, l'association est affiliée à une maison de commission coopérative ou à un abattoir coopératif, qui vend les animaux. Ainsi, les coopératives d'expédition de l'Alberta fonctionnent de concert avec l'Alberta Livestock Co-operative Limited, qui fait office d'organisme central de vente et qui a des agences de vente aux parcs à bestiaux d'Edmonton et de Calgary. De même, le service de la vente des bestiaux à commission du Syndicat du blé de la Saskatchewan agit en qualité d'agence de vente des associations d'expédition de la Saskatchewan. De même aussi, en Ontario, les quelques associations d'expédition qui restent recourent ordinairement à la United Co-operatives of Ontario, laquelle vend les animaux à commission aux parcs à bestiaux de Toronto. Lorsque les ventes sont terminées, la commission sur vente, les frais de parage et le coût du transport sont soustraits des récépissés de vente, puis un chèque représentant le solde et un état détaillé sont envoyés directement par la poste à chaque membre de l'association d'expédition.

Alors que la plupart des coopératives de vente de bestiaux sont des associations locales d'expédition ou des agences centrales de vente à commission, quelques-unes de l'Ontario et du Québec sont des abattoirs. La Coopérative Fédérée de Québec exploite trois établissements de ce genre, tandis que l'abattoir de la Copaco, à Barrie (Ontario), coopérative qui groupe environ 1,500 cultivateurs de la région, exerce son activité depuis près de 30 ans. Ce sont principalement des établissements de préparation, mais ils font aussi office d'assembleurs et de grossistes. Leurs produits préparés sont vendus en majeure partie aux détaillants et, jusqu'à un certain point du moins, sont livrés aux magasins de détail dans les camions des coopératives. Les prix que les coopératives touchent pour ces produits, moins leurs frais d'exploitation, sont

remis aux cultivateurs et constituent le prix au producteur. Bien entendu, à ce prix peut s'ajouter toute ristourne à la fin de l'année financière de la coopérative.

Influence des coopératives en matière de prix et d'écart de prix

Il semble y avoir trois moyens seulement qui permettent à la coopérative d'améliorer les prix versés aux producteurs ou demandés aux consommateurs. Si elle était plus importante, plus puissante ou, pour n'importe quelle raison, plus efficace que ces concurrents du secteur privé, elle pourrait vraisemblablement démontrer cette supériorité en payant des prix plus élevés aux producteurs ou en acceptant des prix plus bas des consommateurs. D'autre part, même si elle était incapable d'agir ainsi, la concurrence qu'elle exerce en tant que coopérative pourrait encore être assez forte pour que les prix courants en général deviennent plus complètement concurrentiels et, par suite, plus favorables aux producteurs et aux consommateurs. Enfin, même si la coopérative ne pouvait pas contraindre les concurrents à relever ou à abaisser les prix, elle pourrait au moins trouver moyen d'égaliser le régime de prix moins satisfaisants qu'ils pratiquent. En d'autres termes, même si elle ne pouvait pas faire de meilleurs prix, elle pourrait accorder ou exiger des prix tout aussi bons. Dans les deux premiers cas, les meilleurs prix résultant de la coopération profiteraient aux producteurs et aux consommateurs en général. Dans le troisième cas, par contre, les avantages en matière de prix n'iraient qu'aux membres de la coopérative, et seulement dans la mesure où celle-ci parviendrait, au moyen d'une ristourne, à supplémenter le prix accordé ou exigé.

Bien qu'on puisse illustrer les trois situations que nous venons d'indiquer, il y a certainement très peu de cas où des coopératives canadiennes ont de propos délibéré versé un prix plus élevé ou exigé un prix moindre que leurs concurrents du secteur privé. Une exception marquante à ce propos est la British-Canadian Co-operative Society du Cap-Breton, coopérative de consommation qui a fonctionné sans interruption depuis 1906. Même si elle s'occupe aujourd'hui de presque toutes les denrées de consommation, son commerce a porté surtout, pendant des années, sur les produits alimentaires, y compris l'exploitation d'un service de distribution de lait nature et d'une boulangerie. Il est à remarquer que, pendant des années, elle a vendu le pain 1c. de moins la miche que le prix ordinairement exigé par ses concurrents et versé aux agriculteurs 20c. de plus les 100 livres que le prix établi par l'Office provincial du lait. En outre, grâce aux excédents enregistrés au chapitre des produits laitiers, elle a été en mesure de verser une ristourne à ses membres et, de la sorte, les faire bénéficier d'un prix à la consommation moins élevé¹. En augmentant ainsi le prix versé au producteur

¹ Voir le mémoire présenté à la Commission par l'Union des coopératives du Canada, p. 4174 du compte rendu des séances. Cette coopérative a aussi fourni des renseignements dans ses réponses au questionnaire de la Commission.

et en abaissant le prix exigé du consommateur, cette coopérative a évidemment réussi à rétrécir l'écart commercial dans le cas de ses propres membres.

Le régime d'établissement des prix généralement énoncé par les coopératives indique peut-être davantage que des exemples comme ceux qu'on vient de donner sont très rares au Canada. Répondant aux questions de la Commission, les représentants d'unions coopératives et d'entreprises coopératives de divers endroits ont été pour ainsi dire unanimes à déclarer qu'en pratique aussi bien qu'en tant que règle de conduite générale, on verse ou demande le prix courant ou ordinaire du marché dans la région en cause, c'est-à-dire qu'on tâche de s'en tenir à la règle généralement acceptée dans les coopératives, savoir que l'achat ou la vente se fait "au prix du marché". Mais cela ne veut pas dire que les coopératives canadiennes n'ont jamais été des concurrents assez puissants pour participer à l'établissement de ce qu'on a appelé les prix ordinaires du marché. Au contraire, dans un nombre remarquable de cas (parfois, un grand nombre de producteurs ou de consommateurs se trouvaient en cause), la concurrence des coopératives a très certainement influé sur le niveau des prix du marché. En général, une influence de cette sorte sur l'établissement des prix a eu tendance à varier en proportion directe du volume des produits dont s'occupe la coopérative. Par exemple, il n'y a guère de doute que des entreprises coopératives comme la Saskatchewan Co-operative Creamery Association, la Fraser Valley Milk Producers Association, les Maritime Co-operative Services, la Scotian Gold et maintes autres ont eu une influence très réelle sur l'établissement des prix uniquement parce qu'elles s'occupent, dans une proportion relativement élevée, du commerce de certaines denrées dans des régions données. Toutefois, dans certains cas, il n'a pas suffi que ces entreprises soient vastes et effectuent une proportion importante des affaires pour qu'elles soient sûres d'influer à un degré marqué sur l'établissement des prix. Nous reviendrons là-dessus.

Vu que la grande majorité des coopératives de vente sont de petites entreprises d'importance locale et que, dans bien des cas, elles ne s'occupent que d'une faible partie des produits en cause, il s'ensuit qu'elles n'ont pu exercer une influence marquée sur les prix. Le plus souvent, elles ont dû s'en tenir aux niveaux de prix établis par d'autres, que ces prix leur paraissent satisfaisants ou non. Dans certains cas cependant, lorsque la proportion d'une denrée vendue dans un marché particulier était raisonnablement forte, même les coopératives locales ont réussi à exercer une influence importante sur les prix accordés ou demandés.

Mais cela ne signifie pas que les coopératives locales n'ont jamais réussi à obtenir de meilleurs prix pour leurs sociétaires producteurs. Le fait est cependant que, dans les cas où l'on a ainsi obtenu un meilleur prix, cela dépendait d'ordinaire de ce que, à cause de l'organisation coopérative, la denrée en question était écoulée à un stade plus avancé de la mise en vente, et non pas parce qu'on était capable d'obtenir un prix plus élevé à quelque étape que ce soit. On a un exemple de cet état de choses dans les opérations de la Capital Co-operative de Fredericton. En vendant les oeufs directement aux détaillants plutôt qu'aux établissements de conservation et aux grossistes,

cette coopérative a été parfois en mesure de payer plusieurs cents la douzaine de plus les oeufs achetés de ses membres¹.

Le mémoire des Maritime Co-operative Services mentionne un exemple quelque peu différent d'amélioration des prix résultant de la coopération. Pendant les cinq derniers mois de 1951, cette coopérative a expédié 26 wagons de bovins des Maritimes à Montréal. Par cette simple vente à Montréal plutôt que dans les provinces Maritimes, le revenu net des producteurs a été de \$4,000 plus élevé que si la vente s'était faite dans les Maritimes. De plus, l'expédition des bovins à Montréal a, semble-t-il, suscité une amélioration des prix dans les provinces Maritimes à un moment de l'année où normalement il y a une diminution. En raison de cette initiative de la coopérative, tous les producteurs qui ont fait des ventes dans les Maritimes à cette époque-là ont pu obtenir des prix plus avantageux. Ce qu'on vient de dire fait ressortir un aspect vraiment important des répercussions que peut avoir l'action des coopératives sur l'établissement des prix. Quand cette action est à l'origine de changements dans le niveau général des prix du marché, les producteurs ou les consommateurs en général, non pas seulement les coopérateurs, bénéficient d'un meilleur prix de vente ou d'achat, selon le cas. D'autre part, quand l'action des coopératives ne suffit pas à assurer des changements dans le niveau général des prix, tout avantage relatif aux prix découle, semble-t-il, de la ligne de conduite des coopératives ou de la méthode particulière d'exploitation qui leur est propre, et bénéficie uniquement à leurs membres. À ce propos, on peut remarquer que, si un grand nombre de producteurs et de consommateurs n'ont pas jugé bon de devenir coopérateurs, c'est, entre autres raisons, parce qu'ils ont pu bénéficier des meilleurs prix résultant de l'action des coopératives sans avoir à assumer d'aucune façon les charges qu'entraînent l'organisation et l'exploitation d'une coopérative.

Dans l'exemple mentionné plus haut, alors que les Maritime Co-operative Services ont obtenu un meilleur prix pour les bovins des producteurs des Maritimes, ce résultat a été obtenu parce que la coopérative a constaté qu'il était possible et avantageux de vendre ces animaux à Montréal plutôt que dans les provinces Maritimes. On dira que chaque producteur aurait pu faire la même chose lui-même aussi bien que la coopérative mais il n'en reste pas moins qu'expédier des animaux à Montréal autrement qu'en wagons complets serait économiquement désavantageux; cette opération n'a été possible que parce que la vente s'est faite en coopération. Mais, même à supposer qu'il en eût été autrement, le rôle de la coopérative aurait encore été nécessaire, étant donné qu'un grand nombre des producteurs n'auraient pas été en mesure d'obtenir des renseignements officiels et sûrs quant aux prix pratiqués sur les divers marchés.

¹ Voir le mémoire présenté à la Commission par les Maritime Co-operative Services Limited, pages 1762-1764 du compte rendu des séances.

Si les coopératives peuvent parfois influencer sur les prix en décidant de l'endroit de la vente, elles peuvent aussi s'attendre au même résultat en décidant du moment de cette vente. L'entrepôt permet de réduire l'offre à un moment donné, de prolonger la période de la vente dans le cas des produits saisonniers et, de cette façon d'obtenir un prix moyen un peu plus élevé pour la période en cause. Grâce aux économies relatives au lieu ou au moment de la vente que nous venons de mentionner, de nombreuses coopératives ont changé le rapport entre l'offre et la demande et, par conséquent, les prix découlant de leur action réciproque. Il est vrai aussi que, se chargeant de certaines fonctions relatives à la vente qu'accomplissaient auparavant d'autres organismes, un grand nombre de coopératives permettent à leurs membres de rester propriétaires de leur produit jusqu'à une étape un peu plus avancée de la commercialisation et de toucher les prix plus élevés que la vente à cette étape plus avancée permet naturellement d'obtenir.

Nous l'avons déjà dit, une coopérative qui peut n'être pas assez forte pour influencer sur le niveau des prix dans un marché jugera peut-être qu'il y a parfaitement lieu de s'en tenir aux prix déjà établis. Dans ce cas-là, l'exploitation de la coopérative peut bien mener ses membres à toucher ou à verser ce qui équivaut à un prix supérieur ou inférieur à celui que touchent ou versent les producteurs ou consommateurs qui n'adhèrent pas à la coopérative. Voici quelle serait usqu'à un certain point l'explication de cet état de choses :

Même si, tout comme l'entreprise privée, une coopérative doit quitter les intérêts sur un capital fixe et d'exploitation, elle n'a pas à déclarer de bénéfices aux actionnaires. Dans le cas, d'une coopérative, les actionnaires sont ses membres et aussi ses fournisseurs. Ce sont des gens qui tirent leur revenu d'une activité comme l'agriculture, par exemple, et n'ont pas à le toucher sous forme de bénéfices découlant des affaires de la coopérative. C'est donc dire que la coopérative peut vraiment fonctionner d'après le prix coûtant, tandis que les autres commerçants doivent, en plus du prix de revient de l'exploitation, prévoir un bénéfice pour les actionnaires. En réalité, cela veut dire que, si une coopérative est exploitée aussi efficacement qu'un autre commerce, elle aura, tout comme les autres entreprises commerciales, un excédent sur le prix de revient. Mais, tandis que cet excédent permet aux entreprises privées de déclarer un bénéfice qui sera versé aux actionnaires, dans le cas des coopératives, il (l'excédent) sera rendu sous forme de ristourne aux membres de la coopérative qui en sont aussi les sociétaires. Ceux qui touchent un tel dividende bénéficient vraiment d'un prix de vente plus élevé ou d'un prix d'achat moins élevé. D'autre part, les bénéfices que déclare une société ne peuvent signifier une hausse du prix de vente ni une diminution du prix d'achat, parce qu'ils ne sont pas accordés à ceux qui vendent à l'entreprise ou achètent d'elle. Vu que la ristourne équivaut à un prix plus élevé pour le producteur ou à un prix moindre pour le consommateur, il s'ensuit que l'écart commercial se trouve réduit dans le cas des coopérateurs.

Si les coopératives versaient infailliblement d'importantes ristournes, les prix et l'ampleur de l'écart commercial en ressentiraient certainement des effets indirects sensibles. Mais, pour une raison ou pour une autre, un bon nombre de coopératives n'ont pu déclarer aucune ristourne ou en déclarer de façon régulière. D'autre part, un grand nombre de coopératives versent toujours des ristournes depuis longtemps. Quelques exemples indiqueront ce qui s'est fait et peut se faire à ce propos. Au cours des 33 dernières années, les membres du syndicat du blé de la Saskatchewan ont placé environ 25 millions dans leur coopérative surtout au moyen de prélèvements faits à l'élevateur sur le prix de leurs céréales. Pendant le même temps, ils ont reçu sous forme de ristourne en espèces, quelque 46 millions de dollars et accumulé un actif de près de 60 millions représenté par des établissements, des élévateurs et de l'outillage¹. De 1906, année où elle a été formée, à 1957, la British-Canadian Co-operative Society du Cap-Breton a versé plus de 5.3 millions de dollars en ristournes à ses membres. D'autre part, son rapport de 1957 indiquait un actif de plus d'un million de dollars, dont un montant de \$800,000 appartenait directement aux membres en tant que capital, non pas comme réserve. La ristourne versée pour l'année se terminant le 7 mai 1958 était de 5½ p. 100 et le montant effectivement versé a été de \$180,428². La Saskatchewan Co-operative Creamery, qui est maintenant la plus grande entreprise à s'occuper du beurre, du lait et des produits avicoles dans la province, a versé de 1946 à 1956, aux agriculteurs qui en sont les propriétaires environ 3 millions de dollars en ristournes³. En 1957, le Saskatchewan Poultry and Dairy Pool, qui compte 40,000 membres et dont les ventes se sont élevées à 5 millions et demi de dollars en 1956, a versé \$80,700 en ristournes à ses membres⁴. En 1956, les coopératives de vente de la Saskatchewan ont participé à au moins une étape de la commercialisation de 42 p. 100 des oeufs mis sur le marché, de 56 p. 100 des volailles, de 68.5 p. 100 des produits laitiers, de 57 p. 100 des moutons, de 31 p. 100 des porcs, de 50 p. 100 des gros bovins et des veaux et de 53.2 p. 100 des grains. Jusqu'ici, les coopératives de vente ont augmenté de plus de 100 millions de dollars versés en ristournes le revenu des cultivateurs de la Saskatchewan⁵. De plus, étant donné que les coopératives ont manutentionné une forte proportion des produits, l'activité des coopératives de vente de la Saskatchewan a certainement suscité une forte concurrence dans l'établissement des prix du marché en général.

1 Mémoire de l'Union des coopératives du Canada, Compte rendu, p. 4166.

2 Réponse au questionnaire de la Commission.

3 Mémoire de l'Union coopérative de la Saskatchewan, Compte rendu, p. 1501, et aussi réponse au questionnaire.

4 Ibidem, Compte rendu, p. 1502.

5 Mémoire de l'Union coopérative de la Saskatchewan, Compte rendu, p. 1503.

La United Co-operative of Ontario est une coopérative centrale de vente en gros, possédée et exploitée par cent cinquante coopératives locales appartenant à 60,000 cultivateurs d'Ontario. Ces dix dernières années, cette coopérative a versé à ses membres la somme de \$2,892,000 en ristournes¹. De cette somme, toutefois, seule une portion restreinte découlait de la vente de produits agricoles. Au cours de l'année terminée en septembre 1958, par exemple, l'ensemble des ristournes a atteint \$737,654 et, de ce total, \$105,658, soit environ un septième, représentaient des épargnes réalisées à la suite de ventes². En mars 1958, on comptait dans le Québec 513 coopératives agricoles, y compris deux organismes provinciaux. Comptant un effectif de 69,000 cultivateurs, elles ont accusé un chiffre d'affaires de 150.7 millions de dollars, dont 60 p. 100 avaient trait à la vente de produits agricoles³. Il est notoire qu'au cours des vingt dernières années ces coopératives ont retourné à leurs membres au moins 12 millions en espèces sans compter l'importante fraction de ces ristournes qui a servi à l'expansion des coopératives⁴.

Que le versement de ristournes n'ait pas été uniquement le fait des grandes coopératives ressort clairement de la situation qui caractérise de nombreuses coopératives locales de moindre envergure. Ainsi, par exemple, La Ménagère, de Rimouski (P.Q.) (coopérative de consommation), a distribué à ses membres une ristourne globale en espèces de \$4,150 en 1957, tandis qu'elle portait, la même année, une autre ristourne de \$4,576 au crédit de leurs comptes de prêt ou de capital social; l'Internation Co-operative Stores, de Port-Arthur, a remis à ses membres une ristourne représentant 1 p. 100 de ses ventes en 1957; la Co-operative Farm Services, de Moncton, a remis à tous ses fournisseurs de matières grasses du lait un boni d'un cent par livre de matière grasse, plus deux autres cents aux sociétaires en sus du prix régulier, et qu'elle a également attribué aux clients de son entreprise laitière et crèmière la ristourne régulière sur l'un et l'autre de ces produits vendus par l'entremise de son magasin⁵; la Consumers Co-operative Society, de Timmins, a remis à ses membres \$338,500, à titre de ristourne durant ses 27 années d'activité; la Sudbury Producers and Consumers Co-operative Dairy Limited, en plus de payer de gros divi- aux producteurs, a accordé un rabais d'un cent la pinte à chaque consommateur qui achetait une pinte de lait par jour, et des multiples de cette somme à ceux qui en achetaient davantage; outre le prix quoti-

1 Mémoire présenté à la Commission par la United-Co-operatives of Ontario; Compte rendu, p. 2336.

2 Rapport annuel de la United Co-operatives of Ontario pour 1958.

3 Document de la Coopérative Fédérée de Québec présenté à la Commission royale d'enquête sur les écarts de prix des denrées alimentaires, p. 43.

4 Ibid.

5 Mémoire de la Maritime Co-operative Services, Compte rendu, p. 1761.

dien courant versé à la livraison, les membres de la First Co-operative Packers of Ontario ont reçu un paiement additionnel sous la forme d'un dividende de 67c. par porc à la fin de l'année financière 1957; la Coopération agricole de Granby a remboursé en 1957 \$25,552 à ses membres et a également porté une somme de \$16,778 au crédit de leurs comptes de prêt ou de capital social; la Grand Falls Co-operative Society de Terre-Neuve, coopérative de consommation qui manutentionne divers produits y compris des denrées alimentaires a retourné à ses adhérents en 1957 \$12,546 en espèces, en plus de porter au crédit de leurs comptes de prêts une somme globale de \$12,703; en 1957 la Harwood Co-operative Creamery, en payant une ristourne de \$58,846 ajoutait 4.4c. la livre au prix que ses membres ont obtenu pour leurs matières grasses du lait; ou encore, la North Bay Co-operative Creamery a annoncé en 1957 une ristourne globale de \$5,719¹.

Quelques facteurs restrictifs

Même s'il est abondamment prouvé que les coopératives ont exercé une influence considérable sur les prix obtenus par les producteurs ou versés par les consommateurs et, du moins, une certaine influence sur l'ampleur de l'écart entre ces prix, quantité de facteurs ont, de fait, restreint sensiblement l'étendue de cette influence, surtout ces dernières années.

Tout d'abord, l'influence des coopératives sur les prix et les écarts de prix se trouve restreinte du seul fait que le degré de participation de coopératives à la commercialisation est limité. Comme nous l'avons déjà signalé, puisque le pourcentage des produits manutentionnés par les coopératives est souvent nettement restreint, même aux niveaux inférieurs de l'organisation du marché, et puisque ce pourcentage décroît constamment et rapidement à mesure que les produits s'acheminent vers le consommateur, il s'ensuit que l'influence des coopératives tend à correspondre à ce degré restreint de participation. Plus encore, le fait que la majeure partie de l'activité commerciale des coopératives s'est exercée aux niveaux inférieurs porte à croire que la plus grande partie de l'influence que les coopératives ont eue sur les prix des denrées alimentaires s'est exercée au niveau du producteur plutôt qu'au niveau du consommateur, dans l'organisation commerciale.

Les facteurs limitatifs qui ressortent de l'examen des faits se rapportant à l'écoulement de denrées particulières sont bien différents. Dans quelques cas tout au moins, les facteurs limitatifs tiennent réellement à la nature des institutions. Dans le cas des céréales de l'Ouest, qui font l'objet de la majeure partie des ventes des coopératives canadiennes, les quatre agences coopératives de vente, nommément les trois syndicats provinciaux et la United Grain Growers, n'ont pu guère exercer d'influence, si elles en ont même exercé, sur les prix de vente. La raison en est que depuis 1943 le rôle de vendeur a été rempli par la Commission canadienne du blé et non par les coopératives. Si les agriculteurs ont reçu plus d'argent par suite de l'activité des coopéra-

¹ Sauf indication contraire, les renseignements ayant trait aux diverses coopératives mentionnées plus haut ont été obtenus des réponses données au questionnaire de la Commission.

tives, c'est indirectement grâce à des recettes d'exploitation accrues. Il est probable, semble-t-il, que l'équivalent d'une très faible augmentation des prix a été obtenu de cette manière, étant donné qu'au cours de la dernière décennie on a fait croître les recettes de façon appréciable parce qu'on a pu utiliser les élévateurs à pleine capacité. Dans le cas du beurre, qui représente un autre élément important de l'activité commerciale des coopératives, le principal facteur déterminant du prix de vente a été le programme de soutien des prix du gouvernement fédéral et non l'activité des laiteries coopératives ou privées. Les achats et les ventes du gouvernement ont empêché les prix du beurre de baisser au-dessous de certains niveaux durant presque toute la dernière décennie. Bien que ces opérations aient assuré pour ainsi dire les transformateurs contre le risque normal de subir des pertes périodiques, elles ont également rendu difficile ou même impossible aux apprêteurs des régions à production excédentaire de conserver les débouchés qu'ils avaient péniblement conquis dans d'importants centres de consommation.

Les observations qui précèdent au sujet du beurre s'appliquent également dans une large mesure à diverses autres denrées alimentaires, notamment les oeufs, le fromage, la poudre de lait, la chair de volaille et même le porc ainsi que le boeuf. Dans ces derniers cas, la principale différence réside en ceci: tandis que les prix du beurre ont presque toujours été assujettis au programme de soutien des prix, ceux des autres produits en cause sont demeurés au-dessus des niveaux du soutien à diverses périodes de la dernière décennie.

Un autre élément qui a empêché les coopératives d'exercer toute influence directe dans la détermination des prix est la pratique qui a eu cours dans quelques régions d'établir par voie de négociation des prix minimums à l'égard d'un grand nombre de produits. Partout où il existait des offices de vente du type négociateur, la possibilité que les prix s'établissent par le jeu normal de la concurrence a eu tendance à disparaître. Même si c'est en Ontario que des prix négociés ont eu principalement cours, la pratique s'en est répandue ailleurs récemment, en particulier dans le Québec. Dans le même ordre d'idée général on peut dire que l'intervention des divers offices provinciaux de vente du lait dans l'établissement des prix a créé de nouvelles et importantes limites à l'aptitude que peuvent avoir les coopératives d'influer sur le niveau des prix courants.

Indépendamment de toute action des coopératives sur les prix payés à la ferme ou à d'autres paliers initiaux de vente, il est à noter finalement que le fait même de l'inexistence relative des coopératives de consommation a non seulement imposé des restrictions précoces à la capacité des coopératives de réduire les prix à la consommation mais a semblablement rendu difficile pour elles de rétrécir les écarts commerciaux. La simple hausse du niveau général des prix à la production par suite de l'action des coopératives n'entraîne pas nécessairement une réduction de l'écart. Au contraire, il est plus que probable que cette hausse se traduise simplement par une augmentation correspondante au niveau du consommateur. Dans la mesure où cela est, il semblerait que les coopératives ont contribué à la réduction de l'écart

seulement dans l'un ou l'autre des deux concours de circonstances ci-après. D'une part, leur influence sur l'écart commercial s'est exercée dans un nombre assez restreint de cas où elles ont pu réduire les prix à la consommation tout en augmentant les prix à la production. D'autre part, lorsqu'il a été possible de compléter le prix régulier à la production par le paiement d'une ristourne, un rétrécissement équivalent de l'écart en est résulté, même si aucun changement ne s'est produit dans le niveau des prix à la consommation. Dans ce dernier cas, cependant, les bénéfices de la réduction de l'écart sont allés uniquement aux membres des coopératives en cause. Mais, comme un très fort pourcentage de tous les producteurs canadiens sont membres de coopératives de vente, il s'ensuit qu'un grand nombre de personnes ont très bien pu participer à de tels bénéfices.

Commerce de gros des coopératives

Lorsque, dans la présente étude, nous avons examiné assez en détail la nature et l'ampleur du rassemblement, de la manutention et de la vente au détail chez les coopératives, nous n'avons prêté aucune attention spéciale à leur commerce de gros. Cette omission est due au manque de données statistiques sur la vente en gros comme celles que nous avons fournies à l'égard des trois autres étapes de l'exploitation. Étant donné cette omission et malgré l'absence de détail statistiques pertinents, il convient de mentionner quelques faits d'ordre général au sujet du commerce de gros des coopératives.

Disons d'abord qu'un nombre assez considérable de coopératives adonnées principalement à la transformation de denrées et classées officiellement comme telles, remplissent des fonctions de grossistes. Quantité de beurreries, par exemple, vendent et livrent directement à des détaillants et pratiquent aussi l'entrepôt à une grande échelle. On peut en dire autant de bien des coopératives importantes ou régionales qui manutentionnent des pommes, d'autres fruits ou les produits de la basse-cour. Le fait est qu'un grand nombre de grosses entreprises qui reçoivent des marchandises en consignation de coopératives locales ou même de membres particuliers traitent directement avec les marchands détaillants et doivent, à ce compte, être reconnues comme grossistes. En effet, et ainsi que nous l'avons déjà signalé, certaines coopératives exercent les diverses fonctions ordinairement associées au rassemblement, à la transformation et à la vente en gros. La First Co-operative Packers en est un exemple.

Outre ces coopératives plus ou moins adonnées au commerce de gros il y en a toutefois un certain nombre d'autres créées expressément aux fins de remplir le rôle de grossistes. Au cours des dix dernières années auxquelles la Commission s'attache particulièrement et pendant longtemps avant, des entreprises coopératives de gros ont fonctionné dans chaque province, sauf Terre-Neuve. Présentement on compte dix organisations de ce genre. Ce sont toutes des fédérations provinciales ou régionales de coopératives locales, qui forment à leur tour l'Inter-provincial Co-operative Limited, créée en 1940 pour unifier les achats

des organismes coopératifs provinciaux de commerce de gros et acquérir ainsi qu'exploiter des installations de conditionnement et de fabrication. D'importantes différences existent dans les fonctions et les opérations de ces organismes. Tous fournissent des marchandises, y compris des denrées alimentaires, aux coopératives locales qui y adhèrent. Mais tandis que ceux de l'Ouest canadien ne vendent pas de produits agricoles, ceux des provinces de l'Est, depuis l'Ontario jusqu'aux Maritimes, jouent également le rôle d'agences centrales de vente de produits agricoles tels que le bétail et les produits laitiers. Sauf à l'égard des produits laitiers, ces organismes font peu de transformation, bien que la Coopérative Fédérée, l'un des deux organismes coopératifs de gros du Québec, possède et exploite des installations de conditionnement des animaux de boucherie et des volailles. Dans l'Ouest canadien, les organismes provinciaux de commerce de gros ne s'adonnent pas à l'écoulement des produits de la ferme, étant donné que ces produits sont exclusivement manutentionnés par d'autres coopératives provinciales ou régionales, notamment les trois syndicats provinciaux du blé, la United Grain Growers, les Northern and Central Alberta Dairy Pools, la Saskatchewan Co-operative Creamery, la Manitoba Dairy and Poultry Co-operative et d'autres agences analogues. Même si ces derniers organismes peuvent, dans bien des cas, s'occuper surtout de transformation, ils remplissent normalement des fonctions de grossistes aussi, comme nous l'avons indiqué précédemment dans le présent exposé.

Tous les organismes de l'Est mettent des produits agricoles sur le marché, mais dans le cas de la Coopérative Fédérée, la vente de telles denrées contribue pour un chiffre particulièrement imposant au volume total d'affaires. Au moins les deux tiers de son commerce consistent en l'écoulement des produits de la ferme¹. Cet organisme provincial de gros, une fédération groupant quelque 375 coopératives agricoles, soit les trois quarts du nombre total, et comptant 50,000 membres, ou 40 p. 100 des agriculteurs de la province², reçoit des coopératives qui en font partie, les produits de la ferme qu'elle classe, emballe, transforme (dans certains cas), entrepose et vend.

Il existe quatre associations coopératives de gros dans les Maritimes mais c'est la Maritime Co-operative Services Limited de Moncton (N.B.) qui est la plus importante. Plus de 200 groupes locaux dans ces trois provinces en sont membres actionnaires. Les trois autres organismes de gros sont en fait membres régionaux des Maritime Co-operative Services.

Les rapports annuels des trois principaux organismes de l'Est soit les Maritime Co-operative Services, la Coopérative Fédérée et

1 Document de la Coopérative Fédérée de Québec à la Commission royale d'enquête sur les écarts de prix des denrées alimentaires, décembre 1958, p. 48.

2 Ibid.

les United Co-operatives of Ontario accusant une hausse appréciable et constante de leur chiffre absolu d'affaires au cours des dix dernières années. Cependant, en dépit de telles augmentations, leur apport en pourcentage au volume total des ventes n'a pas beaucoup changé.

Bien que la plupart des marchandises distribuées par les organismes de gros aux coopératives membres se composent de provendes pour les bestiaux, d'engrais, de machinerie de toutes sortes, d'appareils ménagers et de divers autres articles pour la production agricole, les organismes en question s'occupent aussi d'une grande variété de denrées alimentaires. De plus, leur commerce de ces derniers produits accuse des progrès constants sinon très considérables au cours des récentes années. Un indice de l'amélioration constatée dans ce domaine est le fait que les articles d'épicerie qui, en 1953, avaient représenté 11.7 p. 100 de tout le commerce coopératif de gros ont formé en 1957¹ 15.1 p. 100 d'un total beaucoup plus considérable. Une telle augmentation est en partie due aux coopératives locales qui se sont occupées d'une plus grande quantité d'aliments mais elle est encore plus attribuable à la tendance de celles-ci de se procurer leurs approvisionnements plus souvent des associations coopératives de gros que des établissements de gros indépendants. Pour autant que ces coopératives locales, y compris les coopératives de consommateurs qui s'occupent surtout de vendre les aliments au détail, n'ont pu bénéficier des avantages dont jouissent les détaillants indépendants en faisant partie d'un magasin syndiqué, elles se sont senties plus contraintes de surmonter leurs difficultés en se procurant les articles requis des coopératives de gros plutôt que des grossistes indépendants. Les associations coopératives de gros ont dû à leur tour agrandir leurs établissements et étendre leur champ d'activité en vue de répondre aux besoins des coopératives membres en matière d'approvisionnements alimentaires. C'est la raison pour laquelle les associations coopératives de gros, tant en Ontario que dans le Québec, ont commencé de s'occuper pour la première fois des articles d'épicerie en 1954², et que la Federated Co-operatives Limited (organisme de gros pour la Saskatchewan et la Manitoba) a construit à Regina en 1956 un entrepôt d'épicerie de \$250,000. Les coopératives de gros régionales et provinciales ont constaté un peu de la même façon qu'il était de plus en plus souhaitable pour elles de se procurer une plus grande quantité de leurs approvisionnements, y compris les denrées alimentaires, des associations coopératives de gros, nationales et internationales. Finalement, celles-ci ont montré une tendance plus marquée à fabriquer ou à traiter les articles requis afin de n'avoir pas à les acheter. Ainsi, constatons-nous, ce n'est qu'en 1947 que l'Interprovincial Co-operative Limited ajouta les articles d'épicerie à sa liste de denrées³. Depuis

1 La coopération au Canada, publication annuelle de la Division de l'économie, ministère de l'Agriculture, Ottawa.

2 La coopération au Canada, 1954, p. 23.

3 La coopération au Canada, 1953, p. 29.

lors elle a graduellement augmenté le nombre des comestibles dont elle fait le commerce. En 1949 elle a commencé à distribuer la farine de la minoterie construite par le Syndicat du blé de la Saskatchewan en 1948¹. C'est à partir de cette date qu'elle a pu aussi fournir des produits comme le saumon et les confitures sous une étiquette collective. En 1950-1951 elle ouvrait à Vancouver une nouvelle usine de traitement pour le café et a commencé à vendre celui-ci sous une étiquette collective. En 1952, elle loua à Beamsville (Ontario)² une fabrique de conserves qu'elle commença d'exploiter. En 1955, elle prit à bail une seconde conserverie à Dunville, toujours en Ontario³. Mais on ne peut dire que de telles initiatives prises par les coopératives de gros, bien qu'elles soient suffisamment nombreuses et variées pour révéler l'existence d'une tendance définie, constituent une part appréciable du commerce de gros des denrées alimentaires du pays.

Influence des chaînes de magasins de détail sur
l'organisation et le fonctionnement des coopératives

Il est bien évident que l'expansion rapide des grandes chaînes de détail a influencé les coopératives de plusieurs façons. Elle a tout d'abord contraint celles qui vendent directement aux chaînes de se charger de services supplémentaires de traitement et d'emballage. Les beurreries coopératives, par exemple, ont dû mettre beaucoup plus de beurre en pains d'une livre ou d'une demi-livre afin de satisfaire aux demandes des détaillants. Également, les usines coopératives de traitement de la volaille ont dû se livrer à des travaux additionnels de conditionnement en vue de se conformer aux prescriptions des acheteurs au détail. En second lieu, les chaînes de magasins tenant à mettre en évidence leurs propres marques, il devient de plus en plus difficile de faire figurer certaines marques spéciales des coopératives ailleurs que dans les coopératives de détail. Enfin, l'expansion des chaînes, d'après certains indices, contraint les coopératives à accroître l'étendue de leur exploitation en se fusionnant ou en prenant d'autres dispositions en vue de fournir à ces magasins à succursales des produits de qualité uniforme en approvisionnements considérables et réguliers. Il est aussi évident que l'expansion, et par conséquent le plus grand pouvoir de marchandage des chaînes, ont obligé au moins certaines coopératives à penser à augmenter leur propre faculté de marchandage en qualité de vendeuses en veillant à ce que plusieurs de leurs organismes locaux écoulent conjointement leurs marchandises ou effectuent leurs ventes par l'intermédiaire de grandes coopératives centrales. L'exemple le plus frappant qui ait été signalé à la Commission pour illustrer le genre de situation décrit

1 La coopération au Canada, 1953, p. 29.

2 La coopération au Canada, 1952, p. 3.

3 La coopération au Canada, 1955, p. 1.

ci-dessus est bien celui de la mise sur le marché des produits laitiers et avicoles de l'Ontario.

Pendant bien des années la United Co-operatives of Ontario (association coopérative de gros de la province) a maintenu une Division de l'industrie laitière et de l'aviculture. L'activité de celle-ci a consisté en l'exploitation d'un certain nombre de beurreries, de trois des sept plus grandes manufactures de lait en poudre de la province et en la vente en gros d'oeufs et de volailles. Les bénéfices distribués par la Division se sont élevés, en moyenne, à \$52,000 par année pour les dix dernières années¹. En 1958, les dernières dispositions relatives à l'établissement de la United Dairy and Poultry Co-operative ont été prises. Cette coopérative provinciale de vente des produits laitiers et des volailles est organisée suivant le principe de propriété centralisée. Elle a été établie dans le but de fusionner les services de produits laitiers et avicoles de la United Co-operatives of Ontario et les coopératives locales de vente des mêmes denrées dans la province. Cet élément de l'exploitation de la United Co-operatives of Ontario a été cédé au nouvel organisme le 1^{er} octobre 1958 et depuis lors plusieurs coopératives locales de produits laitiers et avicoles se sont rendues à l'invitation de s'amalgamer avec lui.

Le genre de raisonnement qui a conduit à la réalisation de ce projet particulier est clairement exposé dans certaines déclarations que renferme le mémoire soumis à la Commission par le président de la nouvelle coopérative². Entre autre choses, ce qui suit présente un intérêt particulièrement important:

"Nous reconnaissons que les progrès actuels de l'agriculture exigent que les installations soient grandes, diversifiées et productives... La production totale des beurreries de l'Ontario, au nombre de 217, pourrait être vendue par 92 fabriques coopératives. Il en résulterait un meilleur rendement, un bénéfice plus élevé pour le producteur, un écart moins grand et une amélioration générale de la qualité... Dans le cas des oeufs, le contrôle de la qualité commence avec une bonne lignée de pondeuses, une alimentation surveillée, une installation frigorifique sur la ferme, des livraisons fréquentes aux marchés de détail où le produit est constamment gardé en réfrigération... Le producteur doit surveiller de très près chacun de ces stades successifs et se lancer plus énergiquement dans l'organisation d'un marché de conditionneurs... Dans deux cas la concurrence du producteur primaire pourrait influencer sur l'écart des prix entre le producteur et le consommateur. Je veux parler tout d'abord d'une situation qui pourrait se présenter lorsqu'une unique association engagée dans le commerce de conditionnement ou de détail devient assez puissante pour faire

1 Mémoire présenté à la Commission par la United Dairy and Poultry Co-operative, Compte rendu, p. 2332-2335.

2 Ibid.

baisser fortement les prix au niveau du producteur et a assez d'importance pour influencer le marché, ce qui entraîne une réduction dans les prix au producteur primaire. Dans l'autre cas je suis d'avis que, sans compter les coopératives de conditionnement de produits alimentaires, les seules qui exercent une influence à la hausse sur prix agissent après que le produit est sorti des mains du producteur primaire. L'écart qui en résulte peut être au détriment du producteur aussi bien que du consommateur."

Ces citations indiquent clairement pourquoi la nouvelle coopérative est organisée de façon à fournir les installations les plus convenables pour recevoir, conditionner et emballer les produits laitiers et avicoles; à faire fonction d'organisme central de vente et à augmenter ainsi le pouvoir de marchandage du producteur lorsque celui-ci fait affaires avec les détaillants importants; et à répondre aux besoins courants des grands établissements de détail quant à la quantité, à la qualité et au service.

En réalité, les responsables de ce programme tentent simplement de mettre à la disposition des producteurs de l'Ontario une coopérative centralisée de vente semblable aux syndicats de produits laitiers et de blé de l'Ouest canadien qui ont fonctionné suivant un régime de propriété régionale ou provinciale.

En plus de tout ce qui précède, il reste encore un autre commentaire à faire au sujet des relations entre le magasin à succursales et les coopératives. Dans au moins certains cas, les représentants des coopératives de consommateurs affirment que la concurrence de plus en plus forte des chaînes de magasins de détail les a contraints de renoncer quelque peu à l'intention qu'ils avaient tous de maintenir au plus bas niveau possible le nombre des marques ou des variétés de chaque denrée, les différentes grosseurs par unité, les frais de réclame et de propagande¹. Ils soutiennent également que l'"article vendu à perte" et les programmes de publicité spéciaux des chaînes ont rendu de plus en plus difficile pour les coopératives de livrer une concurrence effective en matière de prix.

Relation entre les coopératives et les offices de vente

Par ordre de date d'établissement, les associations coopératives ont précédé les offices de vente. De plus, une étude des offices de vente révèle qu'ils ont normalement été créés en vue d'atteindre certains objectifs de vente que les producteurs avaient jugés désirables

¹ Ce point a été débattu dans les réponses données aux questionnaires par les coopératives suivantes: Consumers Co-operative Society, Timmins; Peoples' Co-op (Port Arthur); The British Canadian Co-operative Society; et "La Familiale" Coopérative de Consommation

mais qui ne pouvaient être réalisés par l'intermédiaire des associations coopératives. Les offices de vente avaient été institués dans le but de fonctionner comme organisations alternatives, pouvant remplacer ou même donner un meilleur service qu'elles. De plus, pour la plupart des gens les coopératives et les offices de vente ont représenté deux concepts diamétralement opposés. Alors que les coopératives donnaient l'idée d'une initiative purement volontaire, les offices de vente étaient considérés comme des organismes exerçant une surveillance complète par contrainte autorisée.

En raison de ces faits et de ces attitudes, il est très significatif de voir qu'au cours des dernières années les coopératives et les offices de vente se sont fusionnés en maintes occasions. Au lieu de passer pour des organismes de rechange, il arrive qu'ils se complètent les uns les autres. Nous pensons ici au nombre impressionnant de cas où les coopératives agissent comme agents d'achat ou de vente des offices de commercialisation. Au nombre des coopératives exerçant de telles fonctions il y a la B.C. Coast Vegetable Co-operative Association, l'Island Vegetable Co-operative Association, l'Ontario Cheese Producers Co-operative, l'Ontario Bean Growers Co-operative, l'Ontario Peach Growers Co-operative, l'Ontario Hog Producers Co-operative, la Saskatchewan Honey Producers Co-operative, la Manitoba Honey Producers Co-operative, les Maritime Co-operative Services, et les United Co-operatives of Ontario. Les trois syndicats de blé des provinces de l'Ouest et la United Grain Growers Limited devraient probablement figurer aussi dans cette liste puisqu'ils agissent comme agents de la Commission canadienne du blé. Cette dernière commission diffère quelque peu des autres, toutefois, du fait qu'elle ressemble beaucoup plus à une commission de service public. Les autres offices n'auraient pu exister sans loi spéciale d'autorisation et leur formation a toujours été précédée d'un vote spécial des producteurs intéressés. Il n'a pas été nécessaire de recourir à un tel procédé dans le cas de la Commission du blé bien que plusieurs fois au cours de son existence un sondage ait été fait en vue de juger de son degré de popularité. Il convient aussi de noter que tandis que toutes les coopératives susmentionnées sont des agents de vente pour leurs offices respectifs, les syndicats de blé et les United Grain Growers doivent être classés comme acheteurs plutôt que vendeurs pour le compte de la Commission du blé.

La plupart des coopératives énumérées plus haut ont été fondées après l'établissement des offices auxquelles elles sont attachées et dans l'intention expresse de servir d'agents à ceux-ci. D'autre part, quelques-unes existaient longtemps avant la création des offices qu'elles servent. Ce qui est vraiment arrivé dans l'organisation du marché des céréales de l'Ouest, c'est que certaines fonctions de vente autrefois exécutées par les coopératives ont été confiées à la Commission canadienne du blé. Le marché des grains de l'Ouest diffère des autres également en ce que la Commission du blé ne compte pas moins de quatre agents coopératifs alors que les autres offices n'en ont qu'un. Peut-être encore plus significatif est le fait que tandis que les autres offices confient toutes les fonctions d'une agence à une seule coopérative, la Commission canadienne du blé répartit ce travail entre quatre coopératives et plusieurs importantes compagnies privées d'élevateurs à grains.

En ce qui concerne les Maritime Co-operative Services et les United Co-operative of Ontario, les transactions d'agence accomplies pour les offices de vente ne représente qu'une fraction de leur volume total d'affaires. Outre leurs autres nombreuses entreprises, les Maritime Co-operative Services agissent comme agents exclusifs de vente de deux organismes, soit le Nova Scotia et le New Brunswick Hog Marketing Board. De même, les United Co-operatives of Ontario exécutent toutes sortes de services de vente et d'achat en plus d'agir comme agents exclusifs de vente de l'Ontario Wheat Marketing Board. De fait, leur travail pour le compte de cet office est plus ou moins occasionnel et n'a été entrepris que tout dernièrement.

Le fait que les relations entre ces coopératives et les offices de vente aient augmenté considérablement ces toutes dernières années et soient maintenant passablement étendues laisse entrevoir sous ce rapport une tendance bien marquée de la commercialisation agricole. Bien que l'on puisse considérer ces rapports comme se situant à mi-chemin entre l'activité traditionnelle des associations coopératives et celle des offices de vente poursuivant leur programme, il semble plus probable qu'ils sont simplement un exemple des dispositions pratiques que nécessite la réalisation des programmes des offices de commercialisation. Il est évident qu'un office de vente doit voir d'une manière ou d'une autre à ce que le travail de commercialisation soit exécuté, ce qui comprend les transactions d'achat et de vente. Et, bien qu'il puisse arriver que des agences autres que les coopératives soient appelés à s'acquitter de telles fonctions, il semble, pour autant que nous sachions, que de tels cas sont rares. Néanmoins, il semble vraiment paradoxal de voir que l'on puisse juger nécessaire et praticable de fusionner deux régimes d'exploitation, dont l'un a toujours été à base d'initiative facultative tandis que l'autre a fonctionné surtout en s'aidant de son pouvoir d'exercer une surveillance et de rendre l'adhésion obligatoire.

RÔLE DES OFFICES DE VENTE DANS LE SYSTÈME DE VENTE DES
PRODUITS ALIMENTAIRES AU CANADA

Lors de leurs tentatives en vue de s'assurer des prix plus avantageux et un écoulement plus efficace de leurs produits par l'entremise de coopératives, les cultivateurs canadiens ont constaté, à la longue qu'il existe des limites bien précises aux résultats qui peuvent découler de l'organisation et de l'exploitation des coopératives. En particulier, il devenait de plus en plus évident que la nature volontaire du sociétariat dans un tel organisme rend impossible de répartir également tant les fardeaux que les avantages parmi tous les producteurs d'une denrée et d'exercer la réglementation nécessaire en vue d'entreprendre certaines initiatives et de poursuivre certains buts dans le domaine de la commercialisation des denrées. L'exemple des producteurs de fruits de la vallée de l'Okanagan durant les années 1920-1930 illustre bien la situation générale.

Les producteurs en question avaient mis sur pied en 1913 une coopérative de vente dans l'espoir d'augmenter leur pouvoir de négociation et donc leurs prix de vente. Ils ont atteint des résultats assez satisfaisants au cours des premières années. En 1920, cependant, la production avait augmenté sensiblement et il devenait très difficile de trouver des marchés en nombre suffisant. Il en résulta bientôt une chute des prix. A mesure que les prix baissaient, les producteurs quittèrent les coopératives et vendirent pour leur propre compte, ce qui donna bientôt lieu à une concurrence tout à fait néfaste et à un avilissement ruineux des prix. Finalement, en 1923, on réorganisa la coopérative sur une nouvelle base. Bien qu'il fût facultatif d'y appartenir, ceux qui en devenaient membres devaient signer des contrats selon lesquels ils s'engageaient à vendre leurs produits par l'entremise de l'organisme. On espérait qu'en obtenant la mainmise sur la plus grande partie du produit, la nouvelle coopérative pourrait s'assurer des prix plus élevés et plus stables. Cela, pensait-on, résulterait d'un plus grand pouvoir de négociation, d'une répartition plus équilibrée de l'offre et de la demande sur toute l'année et d'un élargissement du marché par suite de la mise en oeuvre d'un programme de publicité, d'amélioration de la qualité du produit et d'établissement de catégories différentes à l'égard du produit.

Bien que la coopérative ait eu la mainmise sur 85 p. 100 de toute la production au début de son exploitation, elle fut de moins en moins en mesure, les années suivantes, d'atteindre les buts qu'elle s'était fixés. En entreposant les fruits pour les vendre plus tard au cours de l'année, elle réduisait les approvisionnements lancés sur le marché au début de l'automne. Cette réduction amena l'augmentation des prix et donna aux non-coopérateurs l'occasion rêvée de vendre leurs produits à des prix élevés tout de suite après la récolte et sur les marchés voisins, évitant ainsi d'avoir à solder les frais de l'aménagement d'entrepôts frigorifiques et de l'emmagasinage des fruits de même que ceux des améliorations et de l'expédition vers des marchés plus éloignés.

Par conséquent, les producteurs qui bénéficiaient le plus de l'activité de la coopérative étaient ceux qui n'en faisaient pas partie. À mesure que cela devint évident, et comme la ligne de conduite des coopératives en matière d'entreposage amenait l'augmentation des prix exigés sur les marchés immédiats, un nombre de plus en plus grand de membres de la coopérative entreprirent de vendre pour leur propre compte et donc de ne pas exécuter leurs contrats. Comme chaque baisse de la proportion réglementée rendait de moins en moins possible l'atteinte des buts généraux de l'organisme, et comme on ne pouvait obliger les contractants à faire honneur à leur signature, les producteurs conclurent bientôt qu'ils ne pourraient jamais atteindre les buts visés en recourant à la collaboration facultative. Ils se rangèrent alors à l'idée qu'il fallait faire adopter une mesure législative qui leur permettrait d'exercer une réglementation pleine et entière du produit. On insista de plus en plus pour l'adoption d'une telle mesure et, en 1927, la législature provinciale adopta le Produce Marketing Act. En vertu de cette loi un Comité de direction était autorisé à régler la date et l'endroit de la vente, la qualité et la quantité du produit vendu et à fixer les prix. On avait également prévu la perception d'une taxe destinée à solder les frais d'exploitation et à établir un fonds d'égalisation. Le Comité fut actif durant cinq ans et réussit dans une grande mesure à empêcher que les marchés soient saturés et que les prix diminuent. En 1931, toutefois, la loi fut déclarée ultra vires pour le motif qu'elle tendait à la réglementation du commerce inter-provincial et que l'impôt constituait une taxe indirecte.

Dans l'intervalle, les cultivateurs laitiers habitant la partie inférieure de la terre ferme insistaient pour l'adoption d'une mesure semblable. Lorsqu'en 1929 le rapport d'une commission royale d'enquête nommée pour étudier la question de la vente du lait recommanda l'entreprise collective et la concurrence réglementée, la législature adopta la loi dite Act for the Relief of Dairy Farmers. Cette loi avait pour but de répartir la différence entre les prix du lait liquide et ceux du lait manufacturé entre tous les producteurs de lait de la zone de Vancouver. Après avoir été en vigueur durant trois ans, cette loi fut également déclarée ultra vires pour le motif que les taxes perçues constituaient des impôts indirects et ne relevaient donc pas du pouvoir de taxation des gouvernements provinciaux.

Devant ces décisions juridiques défavorables les producteurs de la Colombie-Britannique demandèrent au gouvernement fédéral de leur accorder une aide dans le cadre de sa législation. Dans l'intervalle, les cultivateurs canadiens en général, ayant éprouvé des diminutions de revenus pendant plusieurs années et surtout depuis le début de la crise en 1929, cherchaient le moyen d'améliorer leur sort. En outre, ils en venaient à croire que leurs prix et revenus étaient bas parce que les acheteurs de leurs produits devenaient beaucoup moins nombreux et plus importants. L'amalgamation considérable des industries canadiennes de produits alimentaires qui avait caractérisé les années 1920 à 1930 paraissait appuyer cette croyance. Au surplus, on savait que les cultivateurs de diverses parties de l'Australie avaient obtenu l'autorisation légale de réglementer l'organisation des marchés et qu'ils s'en prévalaient largement; on savait également que la Grande-Bretagne avait

adopté des mesures semblables en 1931 et 1933. À la lumière de ces événements, les producteurs de diverses provinces du Canada demandèrent avec instance l'adoption de mesures législatives par le gouvernement fédéral, ce qui fut fait en 1934 par l'adoption de la Loi sur l'organisation du marché des produits naturels. Cette loi prévoyait l'établissement d'un Bureau fédéral d'organisation du marché autorisé à exercer les pouvoirs prévus par la loi et à les déléguer à des conseils locaux qui verraient à l'administration réelle des programmes de vente. Les conseils locaux étaient autorisés à régler l'époque et l'endroit où la denrée devait être mise sur le marché et à désigner l'agence par l'entremise de laquelle devait s'effectuer cette mise sur le marché; à déterminer le mode de distribution ainsi que la quantité et la qualité de la denrée qui devait être mise sur le marché; à conduire les opérations collectives, et à percevoir des cultivateurs et des acheteurs des droits et taxes à l'égard des permis et pour l'égalisation des recettes provenant de la vente de la denrée réglementée.

Au cours des dix-huit mois qui suivirent l'adoption de la loi, les autorités approuvèrent au moins 22 projets d'organisation du marché dont 19 furent mis à pied d'oeuvre. La validité de la loi ayant été contestée vers la fin de 1935, celle-ci fut déclarée ultra vires en juin 1936 par la Cour suprême pour le motif que le gouvernement fédéral n'était pas autorisé par la constitution du pays à réglementer le commerce à l'intérieur d'une province. Cette opinion fut confirmée par une décision du Conseil privé en janvier 1937. Pour cette raison et afin que les programmes visant le commerce purement provincial puissent continuer à être appliqués, plusieurs provinces adoptèrent des mesures s'inspirant de la Loi sur l'organisation du marché des produits naturels. A la vérité, la Colombie-Britannique, prévoyant la décision que rendrait la Cour suprême, avait adopté une loi provinciale en juin 1936. L'Ontario et le Nouveau-Brunswick adoptèrent une mesure semblable en 1937 et, depuis lors, toutes les autres provinces ont fait de même. Une mesure provinciale prévoyant l'organisation d'offices de vente a été adoptée par l'Île du Prince-Edouard et le Manitoba en 1940, la Saskatchewan en 1945, la Nouvelle-Écosse en 1946, Terre-Neuve en 1949, l'Alberta en 1955 et Québec en 1956. Plusieurs de ces lois provinciales ont depuis fait l'objet de nombreuses modifications. En vue de compléter ces lois provinciales le gouvernement fédéral, après avoir exercé une stricte réglementation de la vente des produits agricoles durant plusieurs années sous l'empire de la Loi sur les mesures de guerre, adopta en 1949 la Loi sur l'organisation du marché des produits agricoles, ce qui a permis aux offices locaux d'exercer à l'extérieur de leurs provinces les pouvoirs qu'ils étaient autorisés à exercer au sein des provinces sous l'empire de la loi provinciale. Une décision rendue par la Cour suprême en janvier 1952 a confirmé la validité de la Loi sur l'organisation du marché des produits agricoles adoptée par le gouvernement fédéral. Quant aux lois provinciales, diverses causes faisant jurisprudence ont démontré que la plupart sont intra vires. Il s'est toutefois élevé de nombreux doutes sur la compétence des offices de vente, établis sous l'empire de lois provinciales, à percevoir des droits de permis, des taxes ou autres prélèvements excédant le montant nécessaire pour combler les frais d'exploitation immédiats, sans une approbation quelconque du gouvernement fédéral dans le domaine consti-

tutionnel de l'imposition indirecte.

Buts et pouvoirs des offices de vente

Bien que les lois provinciales sur la vente des produits varient considérablement en ce qui concerne les pouvoirs délégués aux offices provinciaux, les produits pouvant être réglementés, la méthode d'établissement des offices locaux et les pouvoirs accordés aux offices locaux, elles ont toutes le même objet général, soit l'augmentation des prix et revenus agricoles en établissant des genres particuliers de réglementation touchant la vente des produits de la ferme. Il faut avant tout qu'un tel office puisse avoir mainmise complète sur l'entière production d'une denrée pour pouvoir exercer des genres particuliers de réglementation. Un trait essentiel des méthodes de vente par un office, c'est que la minorité des producteurs d'une denrée peut être contrainte par la loi de se conformer aux désirs de la majorité lorsque celle-ci désire à tout prix la mise en marché collective.

Pour atteindre ses buts généraux qui sont d'assurer des prix et revenus plus élevés, un office peut adopter un mode de réglementation ou plus parmi ceux qui s'offrent à son choix. Comme on peut s'y attendre, on tend en général à adapter le genre de réglementation aux circonstances particulières. Cela dépend pour beaucoup de la nature du produit, de la situation géographique du débouché ou des débouchés, des possibilités d'amélioration du produit et de l'expansion du marché, des possibilités de réaliser des économies par l'exercice d'autres fonctions de commercialisation, de l'étendue et du genre de concurrence parmi les acheteurs, et ainsi de suite. Si on constate que les producteurs doivent se contenter de prix non satisfaisants à cause surtout d'un pouvoir de négociation insuffisant, un office peut faire porter ses efforts à tenter de s'assurer de meilleurs prix en négociant collectivement.

Si, d'autre part, le déversement presque complet de l'approvisionnement de toute une année sur le marché durant la période des récoltes ou toute autre période limitée a amené une baisse de prix, un office peut régulariser l'écoulement afin d'équilibrer le plus possible l'offre et la demande et s'assurer ainsi un prix moyen plus élevé. Si le but à atteindre est d'obtenir de meilleurs prix en élargissant la demande, le travail de régularisation d'un office peut prendre la forme de programmes particuliers de publicité et de stimulation de la vente. Là où il est possible de vendre le même produit à des prix différents sur divers marchés, on comptera peut-être sur l'adoption d'un programme comportant deux prix. Ailleurs, un office pourra tenter d'obtenir un prix moyen plus élevé en faisant en sorte que différentes catégories ou classes d'un même produit soient vendues à des groupes à revenus différents sur les mêmes marchés ou sur des marchés différents. Dans d'autres cas, on pourra tenter d'obtenir un prix moyen plus élevé en modifiant, quant à un produit, les proportions qui en sont vendues à l'état frais et à l'état transformé ou les proportions qui en sont écoulées par les débouchés principaux et par les débouchés offerts aux sous-produits. Ou encore, un office pourra viser à obtenir de plus grands bénéfices pour les

producteurs en s'autorisant de la mainmise qu'il a sur les approvisionnements pour réduire les intermédiaires dans l'exécution de diverses fonctions de commercialisation précédant la vente effective de la denrée en cause. Les modes de réglementation effectivement choisis ainsi que les facteurs qui ont motivé leur choix deviendront manifestes lors de l'examen des offices en activité à l'heure actuelle. Pour la fin qui nous occupe, cependant, ce qui importe au sujet d'un office de vente, c'est sa capacité de réglementation. Et, peu importe le genre particulier que peut revêtir la réglementation, elle est exercée pour des fins que les coopératives ordinaires à participation facultative ne peuvent atteindre, ou n'atteignent que de loin. Il est à remarquer, par exemple, que les tentatives en vue de la séparation des marchés, de leur expansion, ou de la limitation des approvisionnements qui y sont dirigés seront vraisemblablement vaines et de courte durée dans le cas des coopératives à participation facultative pour la simple raison que les non-membres recevront certainement des primes aux dépens des membres.

Activité réelle des offices de vente

Même si toutes les provinces ont maintenant adopté des mesures législatives régissant la vente des produits, en vertu desquelles une majorité déterminée de producteurs peut dominer une minorité dissidente, la plupart des régions du pays n'y ont recouru que bien modestement jusqu'ici. A diverses reprises au cours des dernières années des programmes particuliers d'offices de vente ont été proposés, étudiés de façon approfondie ou dans certains cas, adoptés dans une ou plusieurs provinces des Prairies. Il reste cependant que les seuls programmes appliqués jusqu'ici dans ces trois provinces ont été ceux visant la vente du miel au Manitoba et en Saskatchewan. Dans toute la zone de l'Atlantique il n'y a à l'heure actuelle que quatre programmes en vigueur bien que deux ou trois autres existent encore à l'état latent. Le Nova Scotia Apple Marketing Board, établi en 1939 en vertu de la Loi sur les mesures de guerre pour résoudre les problèmes de commercialisation résultant de la guerre, a été dissous en 1951. À Terre-Neuve, l'Office n'a poursuivi qu'un seul programme durant une seule saison. Dans l'Île du Prince-Édouard, on n'a établi qu'un office pour la vente des pommes de terre, qui n'a fonctionné que durant une période restreinte. Au Nouveau-Brunswick, un office du même genre n'a fonctionné que durant deux ans, et bien qu'il existe encore, il n'a pas tenté de réglementer le marché depuis 1954. En réalité, les seuls offices qui ont fonctionné d'une façon continue ou pendant une période importante dans les provinces de l'Atlantique sont les Hog Marketing Boards du Nouveau-Brunswick et de la Nouvelle-Écosse, le New Brunswick Cream Producers Board et le Nova Scotia Wool Marketing Board. Au Québec, comme on l'a déjà dit, ce n'est qu'en 1956 qu'on a promulgué les mesures législatives pertinentes. Bien qu'un très grand nombre de programmes aient été mis sur pied dans cette province l'année dernière ou au cours des quinze derniers mois, il est évident qu'il n'ont exercé aucune influence soit sur les prix des producteurs soit sur les marges du marché pendant la plus grande partie de la période étudiée par la Commission. En somme, hormis en Colombie-Britannique et en Ontario, les offices de vente ont été bien peu utilisés jusqu'ici. Même dans ces

provinces ils ont surtout été utilisés à l'égard de denrées produites dans des zones restreintes et par un nombre relativement petit de producteurs hautement spécialisés.

De ce qui précède il est évident que l'activité réelle des offices de vente au Canada a été beaucoup moins considérable que ne le laisseraient entendre l'intérêt manifesté en général à l'endroit de ces organismes et l'étude qu'on en a faite. En réalité, cette activité s'est limitée jusqu'ici à certaines zones du pays et à un nombre restreint de produits au sein de ces zones. En outre, la période de fonctionnement des offices a dans plusieurs cas été très limitée. Parfois les offices ont été dissous après seulement une courte période tandis que dans quelques autres cas ils ont été organisés que tout dernièrement. Enfin, une majorité des offices qui ont fonctionné plus longtemps ne contribuent que pour un degré limité aux opérations de mise en vente vu qu'ils n'ont pas jugé bon d'exercer plus qu'une réglementation limitée. À la vérité, comme on le verra plus loin, la plupart font porter leurs efforts à obtenir des prix plus élevés au moyen de négociations collectives. Toutefois, bien que ces diverses restrictions laissent entendre que les opérations de commercialisation qu'effectuent les offices de vente soient plutôt l'exception que la règle dans notre pays, il ne s'ensuit pas que la formation des offices a été sans conséquences ni que leur influence sur les prix du marché et sur ses marges peut être méconnue. À vrai dire, un nombre considérable d'offices ont fonctionné de façon continue pendant plusieurs années et le nombre des offices en existence a continué d'accuser une augmentation soutenue.

Genres d'offices ou organisation des genres d'offices

Comme on l'a déjà dit, l'Ontario et la Colombie-Britannique sont les deux provinces où les offices de vente ont le plus progressé. À l'heure actuelle, dix-sept programmes ou plans de vente fonctionnent en Ontario en vertu de la loi sur la vente des produits agricoles (Farm Products Marketing Act), y compris le programme de vente du fromage, qui fonctionne sous le régime de la loi ontarienne de l'industrie laitière (Ontario Milk Industry Act)¹. Ces programmes peuvent se répartir en trois grandes catégories. Les offices de beaucoup les plus nombreux sont ceux qu'on appelle ordinairement comités de négociation parce qu'ils sont chargés de négocier les prix et les conditions des contrats avec les apprêteurs et les autres acheteurs. La deuxième catégorie, à laquelle appartiennent seulement deux ou trois offices, peut être considérée comme celle qui cumule les fonctions de comité de négociation et d'agence. Comme le nom l'indique, une partie de l'activité de ces offices consiste à débattre les prix et les conditions de vente, tandis qu'une autre partie comprend l'établissement d'un comité de vente qui peut assumer une grande variété de fonctions, y compris la vente même du produit et la perception du paiement. Enfin, quelques offices entrent dans

¹ Rapport annuel du Service de la coopération et des marchés du ministère de l'Agriculture de l'Ontario pour l'année terminée le 31 mars 1958.

la catégorie des organismes centraux de vente. Le Hog Marketing Board et le Fresh Peach Marketing Board font partie de cette troisième catégorie.

En grande partie ces trois catégories ou genres d'offices représentent réellement trois variantes du rôle d'un office de vente. Règle générale, la sphère d'activité s'étend et le nombre et la variété des méthodes de réglementation augmentent à mesure que l'on passe de la première catégorie, le comité de négociation, à la troisième, c'est-à-dire l'organisme central de vente. Il est important de noter qu'en Colombie-Britannique où les premiers offices canadiens ont été établis et où les genres de contrôle étaient les plus diversifiés, tous les offices de commercialisation appartiennent à la catégorie des organismes centraux de vente. En revanche, les programmes qui ont été établis jusqu'ici dans la province de Québec comportent surtout la négociation. Comme on l'a déjà fait remarquer, les trois genres d'offices existent en Ontario.

Même si tous ces offices ont les mêmes buts généraux, leur organisation et leurs pouvoirs, ainsi que la nature et l'étendue de la réglementation dont ils se servent diffèrent considérablement. Ces différences tiennent en partie à ce que les conditions qui caractérisent la vente des produits en cause varient considérablement et en partie à la période de temps pendant laquelle les offices ont fonctionné. Lorsqu'il est possible de fixer un prix pour des produits qui seront expédiés plus tard et que la nécessité de reviser un prix dont il avait été convenu au préalable surgit rarement, pour ne pas dire jamais, comme dans le cas des fruits et des légumes destinés à la mise en conserve, les offices de négociation sont très utiles. D'autre part, s'il est nécessaire de modifier fréquemment les prix au cours d'une période de vente, l'élément négociation devient impraticable. Non seulement les pourparlers prennent beaucoup de temps, mais un prix négocié, de par sa nature doit être applicable pendant une période assez étendue. C'est pourquoi dans tous les cas où les prix doivent être rajustés régulièrement, il faut un office du genre des agences. Une fois de plus, il n'est pas inusité pour les offices de s'organiser et de fonctionner sur une base purement négociatrice au cours des premières années de leur existence et de passer graduellement au stade de l'agence à mesure qu'ils acquièrent de l'expérience et que des méthodes nouvelles de réglementation semblent opportunes et possibles. Comme les comités de négociation requièrent beaucoup moins de capitaux et que leur activité constitue le plus faible degré d'ingérence possible dans la liberté de vente des producteurs, il est tout naturel qu'ils servent au moins durant les premiers stades d'expérimentation. De plus, là où on estime que le seul besoin ou le besoin principal est une amélioration de la puissance de marchandage du producteur, il est naturel de mettre l'accent sur la négociation. Dans plusieurs cas, des comités de négociation ont été choisis et maintenus en fonctions simplement parce que les producteurs estimaient que ces comités leur obtiendraient une augmentation maximum des prix tout en entravant le moins possible leur liberté d'action. C'est parce que les organismes centraux de vente ont tendance à s'ingérer dans une plus grande mesure dans les affaires des producteurs qu'ils ont dû faire face à une plus forte opposition de la part de ces derniers et qu'ils sont deve-

mus l'objet d'une controverse chez le public en général.

Buts et rôle des comités de négociation

Presque tous les programmes de l'Ontario qui ont été organisés vers la fin de la décennie 1930 et au début de celle de 1940 s'en tenaient à la négociation des prix et à la fixation des conditions des contrats de vente au nom des producteurs. Et, bien que deux des organismes mettant ces programmes en oeuvre soient maintenant des agents de vente, tous les autres ont continué jusqu'ici de s'en tenir à la négociation. Voici la liste des programmes établis en Ontario et dont les organismes d'exécution tombent aujourd'hui dans la catégorie des négociateurs, avec mention de l'année où ces programmes ont été mis sur pied:

Programme de vente en vue de la transformation établi par les producteurs de pêches	1937
Programme de vente en vue de la transformation établi par les producteurs de poires, de prunes et de cerises	1938
Programme de vente en vue de la transformation établi par les producteurs de betterave à sucre	1942
Programme de vente établi par les producteurs de maïs de semence	1942
Programme de vente en vue de la transformation établi par les producteurs de petits fruits	1944
Programme de vente en vue de la transformation établi par les producteurs de légumes	1946
Programme de vente en vue de la transformation établi par les producteurs de raisin	1947
Programme de vente en vue de la transformation établi par les producteurs de fèves soya	1949
Programme de vente établi par les producteurs du céleri d'hiver	1949

Tous ces programmes ont été établis en vue de conclure des marchés plus favorables aux producteurs en appliquant le principe de la négociation collective. Leur mécanisme de fonctionnement comprend l'établissement d'un comité autorisé à négocier et, par conséquent, à fixer des prix minimums, les conditions de la vente ainsi que la forme et les modalités d'exécution des contrats. Ce comité, qui est ordinairement composé de six membres, dont trois représentent les producteurs et trois les apprêteurs, s'appelle le comité de négociation. Il se réunit normalement en février ou en mars, bien avant la période de production, et les négociations se poursuivent jusqu'à ce qu'on en vienne à une entente. Si on ne parvient pas à se mettre d'accord, il est prévu que la question peut être soumise à un comité d'arbitrage, dont la décision est finale.

Les résultats pratiques des négociations sont naturellement conditionnés par plusieurs facteurs. La plus grande partie de la discussion tourne autour de la situation actuelle et éventuelle de l'offre et de la demande du produit ou des produits en cause. Les stocks exis-

tants de produits apprêtés, la nature de la demande récente des consommateurs, les possibilités que d'autres sources d'approvisionnement se présentent, la situation à l'égard des produits concurrents, les tendances de la production et du rendement de la transformation et l'état général de la situation économique du pays contribuent à influencer la nature des opinions émises et des conclusions auxquelles on en est venu. La décision repose en grande partie sur les renseignements plus ou moins complets dont disposent les deux parties intéressées au sujet de ces divers facteurs. Et indépendamment des renseignements, il faut prendre en considération la faculté plus ou moins grande qu'ont les participants de se servir efficacement des renseignements, c'est-à-dire leur habileté relative à négocier. Quelques exemples de situations réelles donnent une bonne idée de certains problèmes qui se sont posés, des renseignements qui ont été utilisés et de la base sur laquelle les décisions ont été prises.

En ce qui a trait à l'activité de l'Office de vente des fèves soya, il est particulièrement important de noter qu'il existe seulement quelques apprêteurs et que le Canada ne produit qu'environ la moitié des fèves soya qu'il lui faudrait pour répondre à ses besoins en fait d'huile comestible et de farine. Un autre fait important, c'est que les fèves soya peuvent être importées en franchise tandis que l'huile et la farine peuvent être importées à un tarif douanier modéré. Cela signifie que le prix des fèves soya offert aux apprêteurs de l'Ontario doit toujours concurrencer le prix à la livraison des fèves soya et des différents produits de soya importés. C'est en raison de cette situation que le comité de négociation, représentant l'Office de vente des fèves soya a dû décider chaque année qu'il était plus pratique de fixer un prix minimum pour les fèves soya pour le compte des 4,000 producteurs intéressés de l'Ontario. Étant venu à cette décision, le comité a dû recommander que le prix payé devrait être le prix de vente au jour le jour offert sur le marché libre. Mais le comité a pu convenir d'un certain nombre de points indépendamment du prix. Ainsi, pour la récolte de 1957, il a été convenu que les apprêteurs ne pouvaient demander plus de 10c. le boisseau pour le nettoyage, la manutention et la vente des fèves. Il n'a pas été nécessaire d'appliquer cette partie de l'entente étant donné que la concurrence que se sont faite les apprêteurs a maintenu le montant effectivement imposé en deçà du 10c. fixé¹. On a ensuite convenu que le prix payé devrait être abaissé de 2.5c. le boisseau pour chaque $\frac{1}{2}$ p. 100 d'humidité au delà de 14 p. 100 et jusqu'à 18 p. 100 et de 5c. le boisseau pour chaque $\frac{1}{2}$ p. 100 d'humidité au delà de 18 p. 100. Ces déductions devaient tenir compte de la déperdition et des frais de séchage. Enfin, il a été convenu que les producteurs seraient payés au comptant contre livraison.

Un autre exemple montrant l'inefficacité d'un office quant à l'établissement des prix, nous est fourni par l'expérience que l'Office de vente du céleri d'hiver a connue en 1957. En raison de la quantité

¹ Rapport annuel du Service de la coopérative et des marchés du ministère de l'Agriculture de l'Ontario pour l'année terminée le 31 mars 1958, p. 12.

inférieure à la normale de céleri destiné à l'entreposage et vu la demande extrêmement forte à l'endroit de tous les approvisionnements disponibles, l'Office a simplement décidé de soustraire tout le céleri d'entreposage aux règlements du programme et de déclarer un marché libre qui permettait à chaque producteur de vendre sa récolte comme il l'entendait. Vu la situation spéciale de l'offre et de la demande qui existait dans ce cas-là, le besoin d'une réglementation spéciale de l'Office ne s'est pas fait sentir. Il en est résulté que l'activité de l'Office a été interrompue temporairement.

Une situation quelque peu semblable à celle qu'on vient de décrire s'est produite lorsqu'un prix négocié pendant l'hiver s'est révélé trop bas lorsque le temps est venu de mettre le produit sur le marché. Il va sans dire que cela peut se produire si l'offre prévue dépasse l'offre réelle qui existera quelques mois plus tard ou si la demande escomptée est inférieure à celle qui existera à cette époque. Dans des cas comme ceux-là, le bas prix négocié ne vaut plus parce que les acheteurs offrent un prix supérieur au niveau des prix négociés. Cela s'est produit fréquemment pendant la guerre et au cours des premières années d'après-guerre au sujet des prix des récoltes destinées à la mise en conserve. Cela s'est aussi produit à l'occasion, plus récemment, soit parce que les récoltes étaient inférieures à ce qu'on avait prévu, soit parce que la demande s'était révélée plus forte qu'on s'y attendait, soit encore à cause d'une réunion de ces deux éléments. Dans des cas comme ceux-là, il est évident que les négociations entreprises par un office n'amènent aucune augmentation du prix perçu par les producteurs. Le mieux qu'on puisse dire de son travail c'est qu'il a donné aux producteurs une assurance-prix sous forme d'une garantie de prix minimum. D'autre part, on peut alléguer que le revenu net des producteurs a de fait été réduit du montant des frais occasionnés par la procédure de négociation et par le maintien de l'office. Tous ces exemples semblent laisser entendre que, pour qu'un comité de négociation puisse faire monter les prix, le prix négocié doit aussi être le prix demandé lorsque le produit est mis sur le marché. Même si cela s'est produit dans la plupart des cas, il ne faut pas oublier qu'il y a eu des exceptions.

L'Office de vente du maïs de semence présente un intérêt particulier en raison de la base un peu exceptionnelle sur laquelle il se fonde pour établir le prix négocié. Le groupe de producteur représenté par cet office se compose d'environ 275 producteurs de maïs hybride et à pollénisation libre, du sud-ouest de l'Ontario, qui se spécialisent dans la production de graines de semence. Lorsqu'on négocie le prix, on établit un prix de base pour le maïs commercial séché et on y ajoute une prime pour obtenir enfin le prix minimum pour les grains de semence. Le prix de base est le prix moyen à terme, payé chaque jour, à la fermeture de la bourse de Chicago pour le maïs de mai (selon le cours du change), pour les mois de décembre, janvier et février de chaque année. Ainsi, par exemple, le prix de base pour la récolte de 1956 était de \$1.32 le boisseau tandis que celui de 1957 était de \$1.24¹.

¹ Rapports annuels, Service de la coopération et des marchés du ministère de l'Agriculture de l'Ontario.

On a ajouté à ces prix de base annuels une prime de 30 p. 100. Le montant obtenu a constitué le prix des grains de semence livrés dans les cas où le commerçant fournissait les grains et écimait le maïs. On a convenu qu'un montant additionnal de 55c. le boisseau serait payé aux producteurs qui fourniraient leurs propres grains de semence et qui écimeraient le maïs.

Un bref compte rendu de l'activité de l'Office ontarien de vente des poires, des prunes et des cerises démontre une fois de plus la nature des problèmes auxquels les offices du genre négociateur ont dû faire face et les méthodes qu'ils suivent. L'Office ontarien de vente des poires, des prunes et des cerises a été organisé en 1939 et il fonctionne depuis lors sans interruption. Ses méthodes d'opération et l'étendue de sa réglementation ont bien peu changé au cours de cette période. Il y a six comités négociateurs distincts, dont quatre s'occupant de deux espèces différentes de poires et de cerises, un comité chargé des prunes et un comité qui s'occupe de fixer les frais de manutention, de transport et de vente pour les fruits manutentionnés par les commerçants¹. Ce dernier comité est composé de trois producteurs et de trois commerçants au lieu de trois apprêteurs. Les six comités débattent les prix minimums, les conditions d'achat et de vente et les normes de qualité. Au cours des premières années, on a éprouvé beaucoup de difficultés à convenir des prix à la satisfaction des deux parties, ce qui a eu pour résultat que bon nombre des décisions ont été prises par des conseils arbitraux. Mais depuis la fin de la guerre, les négociations se sont assez bien déroulées, même s'il a fallu recourir aux conseils arbitraux en certaines occasions.

Jusqu'en 1942, l'Office ne possédait presque rien en fait de statistiques. Cependant, en 1943, il a ordonné aux apprêteurs de lui envoyer le paiement final dû aux producteurs ainsi qu'un état indiquant les quantités de poires, de prunes et de cerises achetées, les catégories données et les paiements effectués et aussi un chèque couvrant les taxes de permis déduits des recettes des producteurs. En 1952, les règlements ont été modifiés afin de permettre à l'Office de s'occuper de tous les paiements effectués par les apprêteurs.

Depuis que l'Office est sur pied, la production des fructiculteurs a augmenté assez régulièrement. Les livraisons aux apprêteurs ont atteint en moyenne 16,400,000 livres de 1939 à 1941, tandis qu'elles ont été de 46,500,000 livres de 1953 à 1955. Parce que cette expansion de la production a été accompagnée d'une demande croissante à l'endroit de la plupart des produits manutentionnés, on a réussi à maintenir les prix à des niveaux assez satisfaisants pour les deux parties. Comme, du point de vue du producteur, le marché de la transformation est beaucoup moins compliqué et onéreux que celui des fruits frais, les producteurs n'ont

1 Procès-verbal du 3 juin, 1958 de l'Office ontarien de vente des produits agricoles.

2 Procès-verbal du 23 juillet 1943 de l'Office ontarien de vente des produits agricoles.

pas tenté de trop majorer leurs prix de crainte que les transformateurs se découragent de transporter des quantités considérables de fruits. D'autre part, les apprêteurs ont consenti à payer des prix qui, à leur avis, étaient assez élevés pour encourager une expansion désirable de la production. Du point de vue des apprêteurs, un facteur qui a joué un rôle important dans l'établissement des prix est le fait que le coût des fruits représente une partie relativement peu considérable du prix de revient du produit transformé. Dans une grande mesure, plusieurs comités de négociation reflètent cette attitude des producteurs et des apprêteurs à l'égard de l'établissement des prix.

Bien que l'Office ontarien de vente des asperges joue à la fois le rôle de comité de négociation et d'agent de vente, son activité est de fait très apparentée à celle des comités strictement négociateurs. Avant l'établissement de l'Office en 1937, une coopérative volontaire de producteurs existait et elle est devenue l'agence de vente de l'Office. Dans le présent cas, le comité de négociation détermine non seulement le prix minimum mais aussi la quantité totale qui doit se vendre. Après avoir convenu de ces questions, la coopérative, à titre d'agence de l'Office, s'occupe de la répartition équitable du nombre total de tonnes entre les divers apprêteurs ainsi que des modalités de la livraison du producteur à l'apprêteur. Elle s'occupe aussi de tous les paiements et de toutes les transactions au nom des producteurs.

L'Office de vente des asperges, qui représente 800 producteurs, s'occupe surtout de la partie de la récolte destinée à la transformations. Le marché des produits frais est considéré comme le plus important et la principale raison pour laquelle on destine le produit au marché de la transformation est de diminuer la pression sur les prix des asperges nature. A ce propos, il est intéressant de noter que pendant plusieurs années la taxe de permis perçue des producteurs a servi à subventionner l'exportation des asperges en conserve au grand marché des États-Unis². Une caractéristique bien spéciale du programme de l'Office de vente des asperges est cette entente des producteurs pour cesser la coupe une fois que toutes les commandes ont été remplies. De cette façon l'offre correspond à la demande.

En dehors de l'Ontario, les seuls comités de négociation qui ont fonctionné jusqu'à tout récemment sont les offices du Manitoba et de la Saskatchewan pour la vente du miel. Bien que ces deux offices aient été investis de grands pouvoirs de régie sur l'écoulement et la

1 Dans le cas de plusieurs autres offices ontariens, les apprêteurs consentent à payer les prix négociés pour la quantité produite sur un nombre d'acres déterminé. Les transformateurs et les producteurs individuels entreprennent d'habitude la production en vertu d'un contrat reposant sur la superficie.

2 Voir l'article de M.W. Farrell intitulé "Experience with Provincial Marketing Schemes in Canada", Journal of Farm Economics, novembre 1949, p. 621.

vente du produit, leur activité s'est limitée jusqu'ici à l'établissement des prix après s'être renseignés auprès des commerçants. Comme on l'a déjà mentionné, ce n'est qu'en 1956 que la province de Québec a légiféré au sujet de l'organisation des offices des marchés agricoles. Sur plusieurs points, la loi québécoise diffère de celle des autres provinces. Premièrement, c'est la seule province où les taxes perçues par les offices des marchés agricoles ne peuvent dépasser le montant requis pour les dépenses d'administration. Il est absolument défendu de prélever des taxes à toutes autres fins. Une autre différence importante c'est que, au Québec, il est possible de trouver des programmes distincts de mise sur le marché pour chaque marché particulier au sein de la province et même pour chaque entreprise distincte à l'intérieur d'un même marché. Cette situation diffère radicalement de celle que l'on trouve dans les autres provinces. En troisième lieu, la loi du Québec exige qu'aucun programme de vente ne soit approuvé à moins d'avoir reçu l'appui de 75 p. 100 des producteurs intéressés, contribuant pour 75 p. 100 à la production de la denrée même. Dans les autres provinces, la proportion correspondante se révèle bien inférieure à cela. Une autre distinction importante de la loi du Québec consiste dans cette disposition en vertu de laquelle les ventes effectuées par un producteur directement à un consommateur ou à un détaillant qui n'exploite pas plus de trois entreprises ne sont pas soumises à la réglementation d'un office de vente des producteurs. Enfin, l'Office des marchés agricoles du Québec (l'office gouvernemental) garde la plupart des pouvoirs qui, en vertu de la législation dans les autres provinces, appartiennent aux offices de producteurs. Alors que les règlements et les sanctions ressemblent à ceux que l'on trouve ailleurs, leur application relève de l'office gouvernemental et non de l'office des producteurs comme c'est généralement le cas dans les autres provinces. De plus, le régime du Québec diffère des autres parce que son fonctionnement tend à sauvegarder les intérêts généraux aussi bien que les intérêts particuliers des producteurs agricoles.

Alors que l'Office des marchés agricoles du Québec a reçu des pouvoirs quasi illimités à l'égard de l'organisation des marchés, une grande partie de son programme est consacrée à la création et à l'exécution de programmes de vente dits communs. De toute façon, cela a constitué une partie considérable de son travail jusqu'ici. Un programme de vente commun est le moyen par lequel les producteurs du Québec peuvent requérir les acheteurs commerciaux de négocier avec eux au sujet de la mise sur le marché et la vente de leurs produits. Du mois d'avril 1956, quand l'office gouvernemental a été institué, jusqu'au 1^{er} septembre 1958, pas moins de trente programmes communs avaient été approuvés et on s'attendait que ce chiffre atteigne 40 à la fin de l'année. Le 1^{er} septembre 1958, dix accords avaient été complétés au sujet de prix minimums et de conditions de vente et onze autres faisaient l'objet de négociations.

Cinq offices de producteurs représentant 4,272 producteurs étaient en pourparlers avec cinq importantes laiteries, concernant la vente du lait destiné à la fabrication de produits concentrés. Quelque 5,760 expéditeurs de lait et de crème nature, fournisseurs de 52 laiteries dans douze importants marchés étaient groupés en quinze différents

offices de producteurs. Quatre ententes concernant les prix et les conditions de vente avaient été conclues et huit autres étaient en préparation. Un office de producteurs était en négociations avec 43 conserveries, au nom de 2,000 producteurs de tomates. Un autre avait entamé des pourparlers au sujet du prix du céleri frais. Encore un autre office représentant 2,289 producteurs de sirop d'érable négociait avec dix acheteurs. Comme résultat des négociations entreprises par divers offices de producteurs pendant une période de 12 mois, on a prétendu que des augmentations dans les prix avaient rapporté aux producteurs une somme additionnelle de \$1,200,000¹. Bien que les résultats du travail accompli par l'Office des marchés agricoles du Québec soient encore trop récents pour avoir eu un effet considérable sur les prix du producteur et sur les marges de vente pendant le temps qu'a duré l'étude de la Commission, le fait que l'on accorde maintenant une telle confiance à ce moyen de faire monter les prix et revenus agricoles confère un intérêt et une importance particuliers à toute étude concernant les arrangements au sujet des prix et des marchés.

Commissions de négociations, prix du producteur et
marges de vente

Après quelques remarques sur le caractère et la façon de procéder des offices de négociations, en général, il convient ensuite d'offrir des considérations sur les effets possibles de leur activité. Mais en cela, il ne faut pas oublier que ces offices constituent une tentative pour obtenir des avantages de prix et de revenus en substituant le marchandage collectif au marchandage individuel. Avant l'organisation de ces offices, un très grand nombre de petits producteurs devaient marchander individuellement avec des sociétés de transformation qui devenaient très considérables et moins nombreuses. De plus, en bien des cas, les producteurs devaient se contenter de vendre la plus grande partie de leurs denrées aux sociétés de transformation, car les frais de transport vers les grands centres de consommation imposaient tout de suite une limite à la proportion des produits qui auraient pu se vendre à l'état frais. En outre, plusieurs de ces denrées se gâtant très vite, il était difficile d'en remettre la vente à plus tard dans l'espoir d'obtenir un meilleur prix. Dans les circonstances, rien d'étonnant que les producteurs se soient vus dans une position de marchandage relativement inférieure et qu'ils aient eu la ferme impression que leurs prix de vente se ressentaient de cette infériorité. À tout prendre, il semble que le pouvoir de marchandage des producteurs se soit raffermi considérablement au moyen des comités de négociations. Tout d'abord, l'adoption de la méthode du marchandage collectif a signifié que les sociétés de transformation ne pouvaient plus opposer un producteur contre un autre. Ensuite, on était en mesure de s'attendre que la capacité de marchandage des producteurs faisant partie des comités de négocia-

1 Renseignement fourni à la Commission par les hauts fonctionnaires de l'Office des marchés agricoles du Québec.

tions fût un peu plus grande que celle de la moyenne des producteurs individuels. D'ordinaire, les producteurs faisant partie d'un comité sont choisis, du moins dans une certaine mesure, pour leur expérience et leurs connaissances en matière de commerce en général et la réputation d'habileté en affaires qu'on leur attribue. Il fait peu de doute aussi que les producteurs faisant partie d'un comité ont pu ajouter de façon appréciable à leur bagage de renseignements commerciaux. En recueillant des données statistiques se rapportant à leurs produits en particulier, ils se sont trouvés dans une meilleure position pour apprécier l'importance des facteurs propres à déterminer les prix. A ce propos, il est important de remarquer que plusieurs offices de l'Ontario ont pu profiter de données spéciales ayant trait au coût de production, lorsqu'il s'est agi des négociations en matière de prix. À compter de 1946, des études ont été entreprises sur les prix coûtants des produits dont les offices devaient s'occuper, d'abord par le Service de l'économie agricole du Collège d'agriculture de l'Ontario et plus tard par la Division de l'économie agricole du ministère provincial de l'Agriculture. Les résultats qu'ont donnés ces enquêtes ont été utilisés de façon étendue pour les négociations au sujet des prix.

Quant aux conditionneurs, il ne faut pas oublier qu'ils acceptent d'acheter seulement une quantité limitée de denrées aux prix négociés. Normalement, pour limiter la quantité, ils n'acceptent que ce qui provient d'une étendue déterminée. Cela signifie que, théoriquement, ils pourraient convenir de payer un prix assez élevé pour une petite quantité, avec l'idée de reporter ce haut prix sur le consommateur. Dans la pratique, cependant, c'est là une chose qui ne peut guère se généraliser, à cause de ce qui adviendrait de la demande, dans le cas de ces produits. Spécifiquement, il y a trois obstacles à la possibilité de suivre cette ligne de conduite. Tout d'abord, si le prix au consommateur devient trop élevé, il y aura substitution d'autres produits de la même catégorie générale. D'autre part, il y a le fait encore plus important que les produits qui sont vendus à des prix négociés doivent presque toujours faire concurrence à des denrées provenant d'autres régions où elles ont subi la transformation. Enfin, dans les nombreux cas où une denrée a plus d'un débouché, la pratique de payer un haut prix négocié pour une quantité limitée peut faire en sorte que les producteurs soient forcés d'orienter une bien plus grande partie de toutes leurs denrées vers le deuxième ou le troisième débouché. Et s'il arrive que la demande n'ait pas là assez d'élasticité, il se peut fort bien que le revenu total du producteur provenant des deux débouchés diminue. C'est ce qui s'est produit il y a quelques années dans le cas des pêches. Sur le marché des produits à transformer, les prix négociés avaient été maintenus à des niveaux relativement élevés pendant plusieurs années, avec le résultat qu'il a fallu de plus en plus disposer des pêches sur le marché des fruits frais. C'est à cause de cela qu'éventuellement le prix des pêches fraîches est tombé si bas que les transformateurs ont menacé d'acheter leurs pêches pour la mise en conserve sur le marché des fruits frais au lieu de les acheter à des prix négociés. C'est en face de cette situation que les producteurs ont institué, en

1954¹, l'Office de vente des pêches fraîches. Il se peut qu'une situation semblable se manifeste à l'endroit des autres fruits et légumes et il est possible qu'il y ait ainsi tendance à limiter la pression qu'exerce le producteur pour obtenir des prix plus élevés pendant le temps où ont lieu les négociations.

À tout prendre, le seul fait que les commissions de négociations aient réussi à rendre plus égal le pouvoir de marchandage entre les parties a probablement contribué à apporter quelque amélioration aux prix du producteur. S'il en est ainsi et que, pour les raisons exposées ci-dessus, il ait été impossible d'imposer quelques-uns de ces prix, sinon tous, au consommateur, il se peut que l'intervention des offices ait jusqu'à un certain point rétréci l'écart. Quoiqu'il en soit, il ne paraît pas possible de déterminer si un tel phénomène s'est produit ou non. La difficulté réside dans le fait qu'il n'est pas possible de déterminer quels auraient été les prix du producteur ou ceux faits au consommateur, si les offices n'avaient jamais existé. Il n'est pas possible non plus d'établir quelle part de tout changement dans les prix à la consommation, pour les produits alimentaires transformés a été attribuable aux changements dans les prix des fruits et des légumes ou d'autres produits de la ferme constituent la matière première et quelle partie a été attribuable aux changements dans les frais de récipients, de main-d'oeuvre ou encore dans les frais de transformation en général. Bien que les offices aient probablement raffermi le pouvoir de marchandage du producteur, il ne semble pas que ce pouvoir puisse égaler celui des conditionneurs. Le marchandage collectif en soi n'est pas suffisant pour assurer l'égalité quant au pouvoir de négociation.

Quel qu'en ait été l'effet sur les prix du producteur et les écarts commerciaux, un examen détaillé des conditions des contrats de ventes qui ont accompagné les divers prix négociés révèle que les offices ont contribué d'une façon importante à l'établissement de catégories plus nettement délimitées et plus effectives tout autant qu'à des différences de prix entre les catégories. C'est ainsi qu'ils ont aidé à améliorer la qualité et à rémunérer la production de qualité.

Pour essayer d'établir quelle a été la contribution économique des offices, il faut enfin déduire les frais qu'a entraînés leur fonctionnement. Le fait est que ceux-ci ont perçu des retenues sur les recettes des producteurs, d'ordinaire, sous la forme de droits de permis. Il est également vrai² qu'en certains cas les retenues ont dépassé les frais d'exploitation², mais ces retenues et ces frais ne se sont que

1 Voir The Development of Producer Marketing Board in Canadian Agriculture, par L.E. Poetschke et Wm Mackenzie, p. 68. Aussi les rapports annuels de la Division de la coopération et des marchés au ministère de l'Agriculture de l'Ontario, pour chaque année depuis 1954.

2 Les bilans de l'année financière 1957 montrent que tous les offices ont accusé un surplus.

rarement élevés à des sommes de quelque importance. De façon normale, les frais nécessaires au fonctionnement des offices de négociations ont été extrêmement bas.

Fonctionnement des divers offices ayant caractère d'agences

Comme on l'a dit précédemment, le genre ordinaire d'office de négociations est le plus simple et le moins coûteux. D'autre part, les offices qui cherchent à faire monter les prix et les revenus à l'aide de moyens plus variés doivent exercer des fonctions de commercialisation tout aussi diversifiées, ce qui entraîne de plus grandes dépenses. Un bref résumé des façons de procéder de ces offices donnera une idée générale des méthodes employées, des problèmes qui se posent et des résultats obtenus. Considérons tout d'abord deux offices de l'Ontario qui ont en grande partie fondé leurs opérations sur la technique du double prix lorsqu'ils ont essayé de faire monter la moyenne des prix du producteur.

L'Office de vente des producteurs de haricots qui représente quelque 7,000 producteurs dans cinq comtés du sud-ouest de l'Ontario a été fondé en 1944. Au début, il se bornait à des négociations au sujet des prix et des frais de cueillette avec les quinze commerçants qui achetaient des producteurs et vendaient soit aux transformateurs soit à divers marchés du Canada et d'ailleurs. Toutefois, en 1947, une agence de vente a été établie pour s'occuper des paiements afférents aux récoltes et surveiller la distribution de l'excédent de haricots. Une déduction ayant été opérée sur le prix payé par les marchands, les fonds ainsi obtenus ont servi à combler la différence entre le prix négocié et n'importe quel prix inférieur auquel les haricots se vendaient sur le marché. A la fin de la saison, une fois ce programme exécuté, s'il restait de l'argent, on le remettait aux producteurs. En 1951, on a formé une société coopérative afin de permettre la construction d'une machine à cueillir les haricots. Peu de temps après, la coopérative a commencé la manutention et la vente des haricots tout comme un marchand et, en 1953, elle devenait l'agent de vente de l'Office. Depuis ce temps, elle joue le rôle d'un commerçant, fait la cueillette sur demande pour les quinze autres commerçants et s'est occupée de recueillir tous les paiements pour les producteurs, à titre d'agence de vente de l'Office. En outre, elle a administré la caisse des subventions à l'exportation. La coopérative a utilisé cet argent pour acheter des haricots, chaque fois que le prix du marché descendait au-dessous du prix que les producteurs et les marchands considéraient comme assez satisfaisant et qui était connu comme étant le prix négocié annuellement. Ensuite, les haricots ont été vendus là où l'on trouvait des débouchés. On en a exporté une grande quantité au Royaume-Uni ou ailleurs. Tout l'argent qui n'avait pas servi à écouler le soi-disant surplus a été rendu aux producteurs, selon leur contribution, à la fin de chaque saison. Au cours de 1958, la coopérative et l'office ont conclu un accord d'achat et de vente autorisant la Division de la vente du grain des United Cooperatives of Ontario d'agir en qualité de conseillère et d'agent tant

pour les ventes domestiques que pour les exportations¹. Cet accord devait durer jusqu'au 15 août 1959, soit la fin de la campagne agricole de 1958.

La quantité des produits qui a été enlevée du marché aux prix négociés pour être revendue aux prix plus bas du marché libre a varié considérablement d'une année à l'autre, selon le temps, les moissons et les conditions de la demande en général. C'est ainsi qu'une taxe de 17c. par boisseau a été perçue des producteurs afin d'aider à la vente de 100,000 boisseaux de la récolte de 1956, alors que les chiffres correspondants pour 1957 sont 8c. par boisseau et 50,000 boisseaux². D'après ces chiffres, on voit qu'il a été beaucoup plus facile de vendre la plus grande partie de toute la récolte annuelle, à un prix bien au-dessus de celui qui avait cours sur le marché libre. En d'autres termes il est manifeste qu'en continuant sa pratique du double prix, l'Office a fait monter, de façon appréciable, la moyenne des prix perçus pour tous les haricots vendus, et il a même fait monter davantage le prix perçu pour la grande proportion des haricots vendus sur le marché canadien. C'est évidemment cette dernière considération qui prend une signification particulière aux yeux de la Commission.

L'Office de vente du fromage de l'Ontario est un organisme qui a fonctionné d'après des principes assez analogues, ces dernières années. C'est le premier qui a été établi en vertu de la loi de 1937. Au début et pendant plusieurs années, il a cherché à augmenter l'efficacité de la méthode de vente du fromage (l'enchère). Les offices du fromage ou marchés locaux d'enchère fonctionnaient depuis bien des années. Le fromage provenant d'un groupe de fromageries était apporté dans un endroit central de la région où il était vendu à l'enchère à des représentants de l'industrie. Petit à petit, cependant, la pratique évolua et en arriva au point où chaque acheteur obtenait une grande partie de la quantité désirée directement de chacune d'un certain nombre de fromageries, d'où diminution constante de la quantité de fromage offerte en vente par les offices. En 1937, au moment de l'organisation de l'Office de vente du fromage, environ un tiers seulement du fromage a été vendu par les offices³. C'est à la suite de cet état de choses que l'Office de vente a institué un programme suivant lequel il était exigé que tout le fromage, à de très rares exceptions près, soit vendu par

-
- 1 Rapport annuel de l'Office de vente des producteurs de haricots de l'Ontario, pour l'année terminée le 31 décembre 1958.
 - 2 Rapport annuel de la Division de la coopération et des marchés du ministère de l'Agriculture de l'Ontario pour l'année terminée le 31 mars 1958, p. 9.
 - 3 Pour avoir un exposé plus complet sur l'origine, les méthodes et l'historique du fonctionnement de ces offices du fromage, voir Dairy Products in Canada, par Ruddick, Drummond et al., publié par la Ryerson Press, 1937, pp. 158 à 162 inclusivement.

l'entremise des offices. On supposait que, par ce moyen, le nombre des acheteurs aux enchères augmenterait ce qui aurait pour effet de rendre la concurrence plus vive chez les enchérisseurs et que, partant, les prix seraient plus élevés.

Lors des premières années d'après-guerre, les prix d'exportation du fromage pour le marché du Royaume-Uni étaient établis par des contrats annuels conclus entre le Gouvernement fédéral et le ministère britannique de l'Alimentation¹. Mais les producteurs canadiens n'étaient plus satisfaits des prix mentionnés dans ces contrats. Ils étaient d'avis qu'en ayant l'autorisation de s'occuper du fromage, l'Office pourrait régler les exportations de façon à réduire les approvisionnements et, de ce fait, faire monter les prix sur le marché domestique, pendant les mois du printemps. Effectivement, dès le début de 1946, pour répondre au désir de l'Office, une agence constituée en société, l'Ontario Cheese Producers' Association Limited, reçut l'autorisation de percevoir des droits de permis, de s'occuper de toutes les ventes de fromage de l'Ontario et de recevoir les paiements des acheteurs. Toutefois, une tentative de centralisation des ventes, par cette société, valut à celle-ci l'opposition immédiate des acheteurs et c'est pourquoi la centralisation de la vente a été discontinuée et l'office de vente, restauré.

Cependant, en 1950, mécontents des conditions des contrats d'exportation, les producteurs insistèrent pour obtenir plus de contrôle, et l'Office de vente provincial autorisa alors l'agence constituée en société à faire la vente de tout le fromage destiné à l'expédition en dehors de la province et décréta que toutes les autres ventes devaient passer par six organismes centraux remplaçant les anciens offices du fromage. En outre, le régime comportait l'établissement d'un comité de négociation composé de cinq producteurs et de cinq acheteurs. Ce comité fixa des prix minimums auxquels tout le fromage devait se vendre. Dès lors, tout le fromage non acheté au prix minimum en question et au-dessus devait être acheté par l'agence de l'office de vente à un prix minimum.

En 1951, avec l'aide du gouvernement, l'office a construit, à Belleville, un entrepôt frigorifique et de maturation d'une capacité de cinq ou six millions de livres de fromage. Quelque trois ans plus tard, un autre entrepôt de la même dimension à peu près, a été érigé à Winchester, dans l'est de l'Ontario. En 1951 l'Office a inauguré un système de double prix ainsi qu'une caisse commune d'égalisation. Il cherchait ainsi à obtenir un meilleur prix pour la majeure partie du fromage, qui était vendu sur le marché domestique où la demande était relativement inflexible, et un prix plus bas pour le reliquat qu'on écoulait sur le marché d'exportation. En vertu d'un contrat conclu avec le Royaume-Uni, 25,370,601 livres de fromage ont été exportées à raison de 32c. la livre. Le comité de négociation a ensuite établi un prix minimum de 36c. la livre pour le marché intérieur. Afin de permettre à

1 Il est important de noter que, pendant ces années, beaucoup plus que la moitié, sinon la presque totalité du fromage a été exportée au Royaume-Uni.

tous les producteurs de bénéficier dans la même mesure des recettes globales provenant des ventes au Canada et à l'étranger, on a fondu les prix fixés pour l'un et l'autre de ces marchés. Les fonds nécessaires pour ce faire ont été obtenus en imposant un droit de permis de 3c. la livre à toutes les fromageries. Le prix fondu s'établissait donc à 33c. la livre pour tous les producteurs.

Ce programme a permis d'augmenter les recettes des producteurs en 1951 mais d'autre part, vu le prix élevé de cette denrée au pays, il a fallu importer plus de huit millions de livres de fromage néo-zélandais et ceci a eu tendance à réduire le prix que l'on pouvait obtenir en 1952 pour le fromage vendu chez nous. L'Office a néanmoins continué d'appliquer les deux prix depuis cette époque. Le comité de négociation fixe les prix minimums du fromage vendu au Canada, et l'Office se charge de toute la quantité qui n'a pu être vendue en bourse à ces prix. Les fonds dont on avait besoin pour ces achats ont été obtenus au moyen d'emprunts que les banques accordaient contre des garanties fournies par l'État et par les gouvernements provinciaux. La différence entre le prix convenu payé par l'agence de l'Office¹ et celui, moins élevé, que l'on recevait pour le fromage vendu sur le marché d'exportation a été comblée au moyen de taxes prélevées sur toute les quantités vendues. De temps à autre les prix convenus ont considérablement varié suivant les changements qui s'opéraient dans la production, les possibilités qui s'offraient de vendre au Royaume-Uni, l'importance des garanties bancaires et les dispositions prises avec le gouvernement fédéral et celui de l'Ontario par rapport au soutien des prix. Il y a eu de semblables variations entre le prix convenu pour le Canada et celui du fromage exporté. En conséquence, les avantages que les producteurs tiraient du système des deux prix ont été très différents d'une année à l'autre. Tout indique, cependant, que depuis son inauguration ce système a eu certains avantages, peut-être même beaucoup. La demande de cheddar canadien ayant été beaucoup plus flexible au Royaume-Uni qu'au Canada même, on a pu très facilement augmenter les recettes des producteurs en y vendant une partie de la production². Toutefois, si d'une part ces mesures ont été favorables aux producteurs, d'autre part, elles ont très certainement conduit à une disparité de traitement contre le consommateur canadien en matière de prix.

Il importe de noter qu'avant de pouvoir calculer le bénéfice net des producteurs, il convient de déduire les frais réels occasionnés par l'exécution du programme de l'Office. Or, il suffit d'étudier le dernier relevé des opérations de l'agence de l'Office pour constater que ces frais ont été très importants. Ce relevé, que l'on trouvera

-
- 1 L'agence constituée en société, l'Ontario Cheese Producers Association Limited, a été remplacée par une coopérative en 1956.
 - 2 Pour de plus amples détails sur la flexibilité de la demande pendant les années en question voir le chapitre 6 de The Marketing of Ontario Cheddar Cheese, une thèse de M.S.A. (non publiée) présentée au Collège d'agriculture d'Ontario par M. M. Roytenberg en 1958.

BILAN DES VENTES DE FROMAGE DE L'ONTARIO CHEESE PRODUCERS'
CO-OPERATIVE LIMITED, 1^{er} AVRIL 1957 - 31 DECEMBRE 1958

DÉPENSES:

Achats de fromage (200,537 caisses) \$6,169,461.81

Frais directs:

Camionnage	\$ 69,962.05	
Manutention	50,751.36	
Assurance	21,879.04	
Entreposage	216,592.38	
Cirage	<u>22,891.63</u>	\$382,076.46

Frais de vente:

Salaire	10,300.00	
Voyages	<u>1,056.42</u>	11,356.42

Stimulation des ventes à l'exportation:

Primes à l'exportation	49,666.89	
Expéditions à l'étranger et frais	<u>28,214.32</u>	77,881.21

Frais d'administration et frais généraux:

Comptabilité et contentieux	3,140.00	
Frais de banque et intérêts	280,751.62	
Traitements de la direction	4,413.19	
Salaires, employés de bureau	8,336.85	
Loyer	410.00	
Téléphone et télégrammes	2,546.01	
Frais de bureau	752.30	
Frais de voyage - secrétaire-trésorier	1,859.84	
Jetons de présence des administrateurs	260.00	
Frais des administrateurs	<u>1,150.64</u>	<u>303,620.45</u> <u>774,934.54</u>

DÉPENSES TOTALES

\$6,944,396.35

MOINS: Produit des ventes de fromage (171,012 caisses)

5,191,957.78DÉPENSES NETTES À CE JOUR\$1,752,438.57

plus loin, montre que l'organisme de vente a eu de nombreuses fonctions de commercialisation à remplir et que certaines de ses opérations, telles l'entreposage, le financement et la stimulation des ventes, ont été assez coûteuses. Il faut se rendre compte, également, que si le gouvernement n'avait pas accordé de l'aide de diverses façons, certains de ces frais auraient été beaucoup plus importants. Les garanties fournies par le gouvernement ont très certainement permis de réduire le taux d'intérêt bancaire et les subventions consenties ont sans aucun doute amoindri les dépenses relatives à l'entreposage.

Outre la dépense, d'autres facteurs ont influencé à la fois la façon de procéder de l'Office et la mesure dans laquelle celui-ci a réussi. Entre autres, l'agence de l'Office a eu beaucoup de mal à obtenir du fromage de la qualité désirée par les acheteurs britanniques. Il lui a été encore plus difficile de fournir les quantités requises et d'en assurer la livraison aussi régulièrement que les acheteurs étrangers le souhaitaient. Toutefois, l'acquisition d'entrepôts a beaucoup aidé à régulariser la qualité du produit et les expéditions. Il y a eu une autre difficulté également, à savoir, l'incertitude de pouvoir trouver des marchés à l'étranger, en partie à cause de l'augmentation de la production en Grande-Bretagne même, et aussi parce que le gouvernement britannique manquait de devises en dollars. Autre problème, il a fallu restreindre les importations de fromage provenant de pays situés dans l'hémisphère sud, celles-ci tendant évidemment à augmenter du fait que l'Office cherchait à maintenir les prix du fromage à un niveau assez élevé au Canada. Sous ce rapport il est significatif qu'en juin 1956, après des pourparlers prolongés, l'Office a obtenu que les importations de fromage cheddar soient protégées par la Loi sur les licences d'importation et d'exportation. Depuis lors aucun importateur canadien ne peut faire entrer cette denrée sans avoir obtenu une licence d'importation du ministère du Commerce. Enfin, et ceci est très important, les efforts de l'Office de l'Ontario en vue d'augmenter les prix ont favorisé les fabricants de fromage du Québec sans que ces derniers aient quoi que ce soit à déboursier et ont suscité une rapide augmentation de la production dans cette province. À mesure que la production s'accroît il est nécessaire de retirer du marché canadien une quantité plus importante du produit afin de maintenir le prix domestique à un niveau déterminé. Il semble donc que la quantité destinée à l'exportation devra être augmentée juste au moment où ces marchés se trouvent le moins facilement.

Comparés aux mesures dont nous venons de parler, celles qui ont été adoptées par l'Office de commercialisation du fromage du Nouveau-Brunswick (qui existe depuis 1939) sont bien différentes. Avant l'établissement de cet office le fromage était vendu par un office de vente aux enchères semblable à ceux de l'Ontario dont nous avons déjà parlé. Toutefois, comme il n'existait que quelques fabriques, tout le fromage était écoulé en une seule fois. Le représentant de chaque fabrique acceptait ou refusait les offres faites pour le fromage de sa fabrique. Ces ventes aux enchères avaient lieu une fois par quinzaine de mai à novembre. Le fromage était classé à la fabrique par un inspecteur de la province qui prenait note de la quantité classée et des qualités de fromage de chaque fabrique. Ces renseignements étaient communiqués aux représentants de commerce qui assistaient à la vente aux enchères.

Du point de vue des fabricants ce système présentait certaines lacunes. Comme ils manquaient d'espace pour l'entreposage lorsque la production atteignait le maximum, ils se voyaient souvent obligés d'accepter des prix inférieurs à ceux en cours sur les marchés de Toronto et de Montréal, malgré que, dans les provinces Maritimes, la demande dépassât nettement la quantité fabriquée sur place. Les commerçants profitaient de ce que les fabricants étaient mal placés pour négocier et on prétendait partout qu'avant une vente publique ils se mettaient d'accord pour offrir un prix peu élevé. C'est au cours des années 1930, alors que les prix offerts atteignaient un niveau particulièrement bas, qu'on a pris des mesures pour établir un office de commercialisation.

L'Office s'occupe avant tout d'exploiter des entrepôts à Saint-Jean. Le fromage est livré directement des fabriques aux entrepôts où, après classement, il est gardé jusqu'à ce qu'on puisse en obtenir un prix satisfaisant. En échelonnant les ventes sur l'année l'Office a fait de réels progrès pour ce qui est d'éliminer les fluctuations saisonnières des prix. Ainsi, en particulier, les fabricants n'ont plus besoin d'accepter des prix très bas pendant la saison où la production atteint son maximum.

Pour permettre aux fabricants de recevoir de l'argent régulièrement même lorsque plusieurs mois se passent avant que le fromage ne soit vendu, l'Office perçoit des droits dont il se sert pour leur faire des avances. Le prix initial qu'il verse est fondé sur le prix courant et les perspectives de vente. Si, par la suite, le fromage est vendu à un prix plus élevé, les intéressés touchent un supplément. À l'heure actuelle, au lieu d'être vendu aux enchères en la présence des représentants des diverses fabriques, tout le fromage est placé par l'agent de l'Office de commercialisation. Cet agent se rencontre avec les administrateurs de l'Office une fois par mois et après avoir étudié tous les renseignements disponibles sur les marchés on fixe un prix minimum. L'agent vend ensuite le fromage à un prix uniforme pour tous les acheteurs.

Il est fort douteux que les prix de vente au détail aient baissé en raison des mesures prises par l'Office. Toutefois, il paraît assez certain que les prix obtenus par les producteurs ont sensiblement augmenté grâce à ce programme. On s'attendrait que le revenu supplémentaire dû à la meilleure organisation des ventes et à l'amélioration du pouvoir de négociation dépasse de beaucoup l'ensemble des frais d'entreposage et d'administration de l'Office.

Au Nouveau-Brunswick et en Nouvelle-Écosse des offices de commercialisation du porc fonctionnent depuis 1951 et 1953 respectivement. Leurs objectifs de ces offices sont les mêmes dans les deux provinces. Ils ont cherché avant tout à maintenir le système de livraisons et des ventes qui existait auparavant. Pendant les années 1920 le gouvernement fédéral a versé des primes à la qualité en vue d'améliorer la qualité du porc. Toutefois, on a trouvé, dans les provinces Maritimes, que les ventes se faisant par l'entremise des marchands de bestiaux, les primes ne parvenaient pas jusqu'aux producteurs. Par conséquent, le gouvernement, pour surmonter cet obstacle, a commencé à encourager les

producteurs à former des cercles dits de livraison. Ces cercles ont été placés sous la surveillance de la Division du bétail du ministère fédéral jusqu'en 1927, année de la fondation du Maritimes Livestock Marketing Board. L'activité de cet office n'a pas tardé à augmenter et on l'a alors transformé en une coopérative générale de producteurs qui porte aujourd'hui le nom de Maritime Co-operative Services Limited.

Les cercles de livraison n'ayant pas complètement éliminé les marchands et les expéditeurs indépendants, les gouvernements du Nouveau-Brunswick et de la Nouvelle-Écosse ont décidé, en 1936, de verser un boni à l'égard du porc de première qualité lorsque celui-ci était expédié par l'entremise d'organismes de vente reconnus. Comme les expéditeurs indépendants ne pouvaient toucher cette prime, presque tout le porc (95 p. 100) fut bientôt vendu coopérativement. Toutefois, la production de porc ayant augmenté pendant et immédiatement après la guerre, les gouvernements provinciaux ont trouvé que les primes constituaient un fardeau qui devenait de plus en plus encombrant. En 1951, le gouvernement du Nouveau-Brunswick annonça qu'il ne verserait plus de primes. Comme ces versements assuraient un appui à la coopérative, il s'imposait de les remplacer et ainsi l'Office de commercialisation du porc du Nouveau-Brunswick fut immédiatement établi. En 1953, bien que la Nouvelle-Écosse eût continué de verser des primes, un office semblable y fut établi.

Ces offices de commercialisation ayant été constitués avant tout pour maintenir la Maritime Co-operative Services en bon état, il était tout naturel que les deux offices choisissent cette dernière comme agence de vente. Les deux offices divisent leurs provinces en districts dans lesquels les producteurs sont groupés en cercles de livraison. Chaque cercle a son secrétaire qui voit au rassemblement des bêtes et à leur livraison à la coopérative. Quand la vente est terminée la coopérative prépare une facture pour chaque cultivateur dans laquelle tous les frais de vente sont énumérés. Ces factures, accompagnées d'un chèque pour le reliquat, sont transmises par courrier au secrétaire du cercle de livraison qui, à son tour, les fait parvenir aux cultivateurs.

D'après ce que l'on peut constater, les offices de commercialisation cherchent surtout à encourager la formation de cercles de livraison afin de maintenir et améliorer la qualité du porc et leur activité a pour but d'assurer que les producteurs bénéficient, en matière de négociations et de services de commercialisation des avantages qui peuvent être obtenus en vendant par l'intermédiaire d'un seul organisme coopératif. Les offices de commercialisation n'exercent aucun contrôle autre que d'exiger que les bêtes soient vendues par l'entremise de l'organisme de vente coopératif. Tous les producteurs du Nouveau-Brunswick qui désirent vendre leurs porcs à des salaisons soumises à l'inspection par des agents du gouvernement fédéral, sont obligés d'en disposer par l'intermédiaire de cet organisme. Il en est de même pour les producteurs de la Nouvelle-Écosse qui désirent traiter avec des salaisons achetant plus de 200 bêtes par mois. Étant donné que les quantités vendues par l'entremise de la coopérative ont été, pour le moins, aussi importantes avant qu'après l'établissement des offices de commercialisation, il ne semble guère que l'existence de ces offices ait davantage influencé le

prix obtenu par les producteurs ou l'organisation des ventes en général.

La situation qui a poussé à l'établissement de l'Office de commercialisation du porc d'Ontario n'est pas du tout la même que celle que nous venons de décrire. Les producteurs ontariens se souciaient bien davantage d'obtenir de meilleurs prix que d'améliorer leur production. Ils étaient devenus de plus en plus convaincus que la concurrence entre acheteurs avait, pour ainsi dire, disparu et que les prix qu'ils obtenaient reflétaient à la fois cette absence de rivalité et l'impuissance des producteurs de négocier. La livraison par camion de la ferme directement à l'abattoir avait presque entièrement remplacé la vente sur le marché ouvert et les producteurs prétendaient que grâce à ce procédé les acheteurs étaient entièrement libres de fixer les prix qu'ils voulaient. Les affaires ayant pris cette tournure, les producteurs trouvaient que les prix qu'on leur payait étaient bien au-dessous du véritable niveau des prix concurrentiels. Ils estimaient qu'il fallait éliminer la vente directe et les relations entre camionneurs et fabricants qui en découlaient, et remplacer cette façon de procéder par un système qui permettrait aux producteurs d'obliger les fabricants à se faire une concurrence sérieuse pour leurs achats de porc. Bref, ils souhaitaient soit le rétablissement complet du marché ouvert, soit l'adoption de techniques de vente qui donneraient tout au moins les mêmes résultats.

L'Office de commercialisation du porc (Hog Marketing Board), organisé en 1945, a d'abord cherché à améliorer les prix au moyen de la négociation. Un comité de négociations, représentant les éleveurs et les exploitants de salaisons, a été formé et, de 1946 à 1951, la négociation des prix a été mise à l'essai. Au cours de la même période, l'Office a perçu des droits des éleveurs et a considérablement raffermi la puissance de l'association provinciale des éleveurs de porcs. Cependant, en dépit de cela, les méthodes de vente sont demeurées inchangées. Et, en 1951, quand les conditionneurs ont annoncé qu'ils ne participeraient pas à la négociation des prix, le comité de négociation s'est dissous. Par suite de cette expérience, l'Office a décidé d'établir une agence de vente. Après de longs débats avec les maisons de commission exerçant leur activité dans les parcs à bestiaux de Toronto, une société privée représentant ces maisons et connue sous le nom de United Livestock Sales Company a été formée et a commencé à agir en qualité d'agence de vente de l'Office en février 1953. Elle était autorisée à fixer les prix, à vendre les porcs, à en orienter la distribution et à faire les paiements aux éleveurs.

Entre février 1953 et mars 1955, l'agence a cherché à améliorer la situation en matière de prix mais avec un succès mitigé. Puisqu'elle ne pouvait réglementer la vente des porcs que dans la mesure où celle-ci se faisait par l'entremise des parcs à bestiaux (10 p. 100), ses pouvoirs de négociation étaient restreints. Ils se trouvaient réduits davantage encore à cause de la coutume chez les exploitants de salaisons de verser des bonis aux camionneurs afin de les encourager à aller chercher des porcs dans des régions plus éloignées. Cette pratique avait naturellement tendance à réduire davantage encore la proportion des porcs allant aux parcs à bestiaux. En face de cette situation,

l'Office décida qu'il était nécessaire d'apporter de nouvelles modifications au régime de vente. La première mesure à laquelle il eut recours fut de remplacer, en avril 1955, la société privée qui agissait en qualité d'agence de vente par la Coopérative des éleveurs de porcs de l'Ontario (Ontario Hog Producers' Co-operative), organisée spécialement à cette fin. Ensuite, il dressa un programme visant à faire disparaître les ententes relatives à la vente directe et les ententes conclues entre les exploitants de salaisons et les camionneurs. Graduellement, des parcs de rassemblement furent aménagés en plusieurs endroits dans les principales régions où se fait l'élevage des porcs. Bien que l'aménagement de tels parcs eût été autorisé en 1956 pour la région formée des comités de Grey et de Bruce, c'est seulement après que la Cour suprême du Canada eut rendu sa décision touchant la légalité de la Loi ontarienne sur la mise en vente des produits agricoles (Ontario Farm Products Marketing Act) et des règlements de l'Office (Hog Producers' Marketing Board), en janvier 1957, que l'Office s'est senti libre de poursuivre l'exécution de son programme relatif aux parcs de rassemblement. Des subtilités légales ont retardé encore jusqu'en septembre 1957, la promulgation des ordonnances nécessaires. Depuis lors, le nombre des parcs de rassemblement ainsi que celui des comtés qu'ils desservent se sont accrus rapidement et, à l'heure actuelle, la majeure partie des porcs de la province doivent être amenés à l'un ou l'autre de ces endroits et y être gardés jusqu'à ce que l'agence de vente de l'Office en dispose. Ils sont alors transportés à destination aux frais des salaisons qui les achètent.

L'activité des parcs de rassemblement est complétée par celle de l'agence de vente qui s'exerce dans un bureau central situé à Toronto. Les porcs sont vendus par téléphone au plus offrant. Des communications par télétype relient le bureau central et les parcs de rassemblement. Le bureau central est aussi en rapports quotidiens avec tous les marchés importants du Canada et avec deux des principaux marchés des États-Unis. Après avoir étudié les prix demandés pour divers morceaux de porc dans les magasins de détail, avoir pris note de l'abattage effectué au cours de la semaine précédente et des livraisons prévues pour la semaine à venir et avoir examiné les prix du porc aux principaux marchés du Canada et des États-Unis, l'agence de vente fixe un prix initial. Elle se met ensuite en communication par téléphone avec les différents exploitants de salaisons et les invite à faire des offres pour des lots de porcs de diverses tailles se trouvant à divers points de rassemblement un peu partout dans la province. Le marchandage habituel se poursuit ensuite jusqu'à ce que, en fin de compte, un prix soit convenu et une vente soit effectuée. Au cours des pourparlers, l'agence est en mesure d'opposer les acheteurs les uns aux autres. Selon des dirigeants de l'Office, le principe dominant qui est appliqué veut que les porcs aillent au conditionneur qui offre le prix le plus élevé.

Quel a été l'effet véritable de cette méthode de vente sur le prix des porcs et le revenu net de l'éleveur? Voilà une question fort débattue. Il paraît impossible de prouver comme de réfuter l'affirmation selon laquelle cette méthode aurait entraîné une hausse du prix de vente. La comparaison entre les prix qui ont cours en Ontario et ceux qui ont cours dans d'autres parties du pays, avant et après l'adoption

du régime de la vente par l'entremise d'une agence est, en mettant les choses au mieux, sujette à bon nombre de variables indéterminées. Il apparaît douteux aussi que le simple fait que l'Office ait le contrôle de l'approvisionnement et soit en mesure d'opposer les acheteurs les uns aux autres doive nécessairement donner lieu à une plus grande concurrence entre les acheteurs. Si, avant l'existence de l'Office, ainsi que les éleveurs le prétendent généralement, les exploitants de salaisons les plus importants convenaient effectivement, soit tacitement soit autrement, de s'abstenir de faire des offres, rien ne semble devoir les empêcher de continuer, s'ils le désirent. En outre, comme la plus grande partie de la capacité d'apprêtage de la viande appartient à quatre des sociétés les plus importantes, il semble relativement inutile que ces entreprises s'occupent activement de faire des offres. Comme elles possèdent une aussi large part de la capacité elles savent qu'elles obtiendront sûrement une forte proportion des porcs, tôt ou tard, quelles que soient les offres qu'elles font. Toutefois, il ne fait pas de doute que le nouveau régime permet aux petits exploitants, relativement nombreux, d'obtenir plus facilement des porcs que ce n'était le cas sous l'ancien régime. Dans la mesure où les exploitants importants s'abstiennent complètement de faire des offres ou s'en abstiennent jusque vers la fin de chaque jour de marché, les petits exploitants peuvent obtenir des porcs puisqu'ils sont manifestement les plus offrants, sinon les seuls. Et si, comme cela paraît être le cas, ces derniers obtiennent maintenant une plus forte proportion des porcs qu'ils n'en obtenaient auparavant, les gros exploitants se sentiront peut-être obligés de faire des offres afin d'obtenir à peu près ce qu'ils se procuraient auparavant. Pareille situation aurait naturellement pour effet d'entraîner une certaine hausse des prix. En dehors des considérations ci-dessus, toutefois, il y a ce fait important que la vente se transige maintenant par l'intermédiaire de personnes qui possèdent une compétence particulière dans le domaine de la négociation et qui disposent de renseignements très complets sur la situation du marché. Cela, en soi, devrait avoir pour effet d'accroître considérablement le pouvoir de négociation des éleveurs et conséquemment de faire monter les prix. D'autre part, il demeure vrai que les éleveurs sont beaucoup moins en mesure de retarder leurs ventes que les exploitants de salaisons de retarder leurs achats. Il faut toujours que les porcs se vendent quand ils ont atteint certains poids et certains degrés d'engraissement. Ce fait tend à affaiblir le pouvoir de négociation du vendeur.

Quelles que soient les répercussions sur les prix et sur les revenus aujourd'hui, elles étaient à peu près inexistantes pendant la plus grande partie de la période qui intéresse spécialement la Commission. Néanmoins, l'Office dont il est question ici et son programme sont d'un réel intérêt du point de vue des principes de vente qui seront appliqués à l'avenir tout autant que de ceux qui le sont aujourd'hui. Le caractère unique du programme et le fait qu'il influe sur le bien-être d'un aussi grand nombre d'éleveurs en ont fait manifestement le programme le plus controversé dans l'Est du Canada.

L'expérience de la Colombie-Britannique

Sans aucun doute, c'est en Colombie-Britannique, plus que n'importe où ailleurs au Canada, qu'on a cherché avec le plus d'acharnement à obtenir des avantages pour les cultivateurs au moyen de la réglementation du marché. Tandis que dans d'autres provinces les offices de commercialisation ont cherché à faire monter les prix des produits agricoles et les revenus des cultivateurs par la négociation de prix de vente minimums, l'affermissement du pouvoir de négociation des producteurs ou l'adoption d'un programme de deux prix, les offices de la Colombie-Britannique ont utilisé un grand nombre de méthodes de réglementation et la plupart simultanément. Ce fut le cas tout particulièrement de l'Office des fruits de la Colombie-Britannique (British Columbia Fruit Board). Cet Office a réglé, entre autres choses, l'époque et le lieu de la mise en vente, la quantité et la qualité du produit mis en vente, les proportions du produit mis en vente sous sa forme naturelle et sous une forme transformée, la nature des contenants utilisés et ainsi de suite. Il a aussi cherché à faire croître la demande en entreprenant des programmes élaborés de publicité et en créant de nouveaux genres de produits transformés grâce à des recherches poussées. Il a aussi entrepris des travaux de transformation sur une vaste échelle et s'est occupé lui-même de ses opérations de courtage dans la mesure où il s'agissait de l'Ouest du Canada. Bref, il s'est prévalu, plus que tout autre office du pays, des lois spéciales autorisant la création et l'exécution de programme de mise en vente.

Avant 1939, le seul moyen dont disposait l'Office pour influencer les prix était de régulariser les arrivages sur le marché. Au cours de l'année susmentionnée, toutefois, un programme de centralisation de la vente a été inauguré. En vertu de ce programme, toutes les ventes ont été faites par l'intermédiaire de la B.C. Tree Fruits Limited, l'agence de vente de l'Office, et toutes les recettes provenant de ces ventes ont été mises en commun. L'agence s'occupe de toutes les ventes et elle régularise et dirige la distribution des produits mais jamais elle ne les a matériellement entre les mains. Cette régularisation s'exerce au moyen de contrats trilatéraux entre les producteurs, les expéditeurs ou les emballeurs et la B.C. Tree Fruits Limited, l'agence centrale de vente. Le point essentiel de ces contrats réside en ce que les producteurs et les expéditeurs accordent à l'agence le droit de vendre tous les produits et de mettre en commun toutes les recettes.

En 1946, l'Office décida de se lancer dans le domaine du conditionnement et il acheta quatre établissements de conditionnement. Cette mesure avait un double objet. Il s'agissait d'abord d'utiliser ce qui normalement serait perdu et dont les frais de triage devaient être ajoutés aux frais d'emballage des fruits sains. Le second objet était de retirer, du marché des fruits nature, les fruits de qualité inférieure et, de cette façon, obtenir un meilleur prix pour les fruits de meilleure qualité qui restaient.

Les diverses méthodes de réglementation mises en oeuvre par l'Office des fruits de la C.-B. (B.C. Fruit Board) auraient, soutient-

on, donné lieu à un certain nombre d'épargnes. Celles-ci comprendraient les épargnes résultant de la fixation de droits de courtage faible et uniformes, d'une répartition économique des expéditions par suite de l'atténuation du problème dit de ré-expédition, de la mise au point d'une ligne de conduite uniforme relativement aux réclamations et de l'utilisation la plus rationnelle possible des installations frigorifiques. En dehors de la réalisation d'épargnes, toutefois, le principal souci de l'Office a été de chercher le relèvement du prix moyen obtenu. Pour cela il a eu recours à l'application des principes de la mise en vente méthodique, à la centralisation de la vente entre les mains de vendeurs spécialisés et bien informés, à la diversification des produits et aux distinctions en matière de prix. Si l'Office est en mesure d'appliquer ces principes, c'est surtout parce qu'il a mainmise sur la totalité des produits. Ce contrôle unique permet de décider quand et où vendre, à quels prix, sous quelles formes, etc.

Bien qu'il soit manifestement impossible de déterminer les effets que l'activité de l'Office pourrait avoir eus sur l'écart commercial dans plusieurs régions où se vendent les fruits de la Colombie-Britannique, il nous a semblé qu'il y aurait peut-être moyen de déterminer tout au moins si les opérations de l'Office ont eu quelque répercussion sur l'écart des prix au sein même de la province. Tandis que dans d'autres régions, notamment dans le centre du pays, aux États-Unis et au Royaume-Uni, les écarts des prix des pommes se rapportent à des fruits qui proviennent de plusieurs régions différentes, la grande partie des pommes vendues et consommées en Colombie-Britannique sont produites dans la province et sont vendues par l'entremise de l'Office des fruits de la Colombie-Britannique. En raison de cette situation, nous avons donc examiné certains aspects du programme de fixation des prix mis en oeuvre par l'Office. Plus précisément, nous avons examiné les prix courants qu'a publiés la B.C. Tree Fruits Limited au cours des quelques dernières années. Ces listes paraissent assez régulièrement, parfois à tous les deux ou trois jours. Les prix indiqués sur ces listes sont les prix franco points d'expédition en Colombie-Britannique, à moins d'indication contraire. Le point important qui ressort de l'examen de ces prix, c'est qu'ils ont tendance à varier selon la région où le produit est vendu.

Les prix de vente en Colombie-Britannique et en Alberta sont ordinairement un peu plus élevés que ceux qui sont faits aux acheteurs de la Saskatchewan, sensiblement plus élevés que ceux qui sont faits aux acheteurs du Manitoba et beaucoup plus élevés que ceux qui sont faits aux acheteurs à l'est de Fort William. Les différences véritables dans les prix semblent varier assez sensiblement d'une partie de la saison à une autre, d'une année à l'autre et selon l'espèce et la qualité dans une même espèce. À certains moments, deux prix seulement apparaissent sur les listes, un prix pour tout le Canada à l'ouest de Fort William et un autre pour le Canada à l'est de cet endroit. En d'autres temps, quatre prix différents sont indiqués, un pour la Colombie-Britannique et l'Alberta, un pour la Saskatchewan, le Pas et Flin Flon, un pour tous les endroits au Manitoba situés à l'ouest de Winnipeg et un autre pour Winnipeg et les points à l'est de cet endroit jusqu'à Fort William et Kenora. À d'autres moments encore, des prix additionnels sont indi-

qués pour les points à l'est de Fort William et pour le littoral de la Colombie-Britannique, à distinguer de l'intérieur de cette province. En règle générale, les prix diminuent à mesure que l'on passe de l'ouest à l'est, bien qu'il y ait certes des moments où les prix sont uniformes pour tout le Canada. Pour illustrer l'étendue de ces différences, mentionnons que pendant la plus grande partie de la saison de mise en vente de 1954-1955, les pommes McIntosh de catégorie extra de fantaisie (Standard Box and Tray Pack 80S-88S) se vendaient \$2.75 la caisse de 45 livres aux acheteurs à l'ouest de Port Arthur et \$2.20 aux acheteurs à l'est de cet endroit. De la même façon, durant trois mois environ de la saison 1955-1956, une caisse de ces mêmes pommes se vendait \$2.75 en Colombie-Britannique et en Alberta et \$1.95 à Winnipeg et à l'est de Winnipeg jusqu'à Port Arthur et Kenora. Le prix fait aux acheteurs à l'est de ces endroits n'est pas indiqué, probablement parce qu'on n'a pas réussi à soutenir la concurrence des producteurs de l'Ontario, du Québec et des autres régions de l'Est au cours de cette année où les approvisionnements ont été exceptionnellement élevés et les prix exceptionnellement bas. Ce qu'il y a lieu de noter, c'est que les prix faits en Colombie-Britannique et en Alberta, où il n'y a pas lieu de craindre la concurrence des producteurs de l'Est du pays, sont habituellement un peu plus élevés que ceux qui sont faits plus à l'est. Pour vendre à des acheteurs de l'Est du Canada, la B.C. Tree Fruits Limited doit coter un prix qui permettra à l'acheteur de payer les frais du transport du produit de la Colombie-Britannique et de le vendre en dépit de la concurrence que lui font les pommes produites dans l'Est et le centre du pays. La protection naturelle que fournissent les frais du transport sur une longue distance permet à la B.C. Tree Fruits Limited d'établir une distinction en matière de prix au détriment des acheteurs plus à l'ouest. Il semble ne faire aucun doute que ces distinctions constituent un élément bien précis du programme de fixation des prix de l'agence.

Si, certaines années, l'écart des prix en Colombie-Britannique ou en Alberta est plus grand qu'ailleurs, cela pourrait bien être dû à ce que les prix faits pour les pommes vendues aux consommateurs dans ces provinces sont un peu plus élevés, en moyenne, que les prix reçus pour toutes les pommes fraîches de la Colombie-Britannique, vendues à tous les acheteurs, c'est-à-dire que cela pourrait bien être dû aux distinctions en matière de prix qui sont faites au détriment des acheteurs de la Colombie-Britannique et de l'Alberta. Cette partie de l'écart entre le prix que reçoivent en fin de compte les producteurs et le prix payé par le premier acheteur a tendance à s'élargir quand il y a distinctions en matière de prix. Il faut reconnaître en même temps que le prix au producteur est un peu plus élevé à cause des distinctions au détriment des acheteurs de l'Ouest. Le prix au producteur est plus élevé dans la mesure où certains des acheteurs doivent payer des prix plus élevés (en vertu de distinctions jouant contre eux). Toutefois, les distinctions en matière de prix contribuent beaucoup moins au relèvement des prix au producteurs qu'ils contribuent à augmenter les prix exigés des acheteurs de la Colombie-Britannique et de l'Alberta. Cela résulte du fait que les prix aux producteurs sont fondés sur toutes les ventes effectuées sur tous les marchés. Il s'agit d'un prix moyen résultant des ventes à des prix non discriminatoires aussi bien qu'à des prix discriminatoires.

Il y a cependant, en dehors de l'influence des distinctions en matière de prix, une autre raison pour laquelle les opérations de l'Office pourraient influencer sur l'étendue de l'écart en Colombie-Britannique. Puisque l'Office met en commun tous ses frais de mise en vente, l'écart en Colombie-Britannique est apte à s'élargir dans la mesure où les produits vendus et consommés en Colombie-Britannique doivent être chargés d'une partie des frais que l'Office doit acquitter à l'égard de la plus grande partie de ses ventes qui se font ailleurs. Ainsi, les prix de détail dans certaines parties de la Colombie-Britannique ou dans toute la province peuvent être plus élevés qu'ils ne le seraient autrement, d'une part parce que les prix de l'Office sont plus élevés en Colombie-Britannique et, d'autre part, parce que les consommateurs de la Colombie-Britannique doivent assumer une partie des frais de la vente à des endroits plus éloignés. Ici encore, cependant, il ne semble pas y avoir lieu de croire que cette influence particulière sur l'écart ait été plus grande au cours des dix dernières années qu'elle ne l'était immédiatement avant.

Dans l'étude de l'écart en Colombie-Britannique ou en Alberta, il faut tenir compte de ce qu'une bonne partie (environ la moitié) de l'écart total consiste en divers frais des expéditeurs, c'est-à-dire la différence entre le montant brut remis aux expéditeurs par l'agence de vente (B.C. Tree Fruits Limited) et le prix net que reçoivent en fin de compte les producteurs une fois que les frais d'expédition ont été déduits, et aussi de ce que les opérations de l'Office ou de son agence, la B.C. Tree Fruits Limited, ne peuvent absolument pas influencer sur ces frais d'expédition autrement que dans une mesure restreinte. Il se peut que le programme de vente méthodique, mis à exécution par l'Office, ait eu pour effet de prolonger la période d'emmagasiner des pommes ou d'augmenter la quantité proportionnelle des pommes emmagasinées et, de cette façon, d'augmenter le coût de l'emmagasiner par unité. Il se pourrait aussi qu'en insistant sur l'amélioration de la qualité et sur l'augmentation du nombre des qualités ou classes pour la vente, l'Office ait fait croître les frais d'emballage et d'inspection. En dehors de moyens comme ceux-là, la seule façon dont l'Office pourrait peut-être influencer l'écart serait de recourir à des distinctions en matière de prix. Il convient de noter, toutefois, que toute influence que l'Office peut avoir exercée sur l'écart pour les raisons ci-dessus n'a probablement pas été plus grande au cours des quelques dernières années qu'elle ne l'était pendant les années 1940 ou les premières années 1950. A vrai dire, tout porte à penser que la concurrence de plus en plus grande à laquelle l'Office a eu à faire face tout dernièrement des États de Washington et du Michigan ainsi que de l'Est du Canada a considérablement réduit ses chances de tirer profit de l'emploi de distinctions en matière de prix. Cela porte à croire que l'effet que peut avoir eu le programme de disparités en matière de prix de l'Office sur l'écart des prix dans certaines régions est allé en diminuant plutôt qu'en augmentant ces dernières années.

Bien que l'Office des fruits de la C.-B. (B.C. Fruit Board) soit le plus ancien de tous les offices de commercialisation du pays et qu'on reconnaisse généralement qu'il a eu un succès remarquable, il n'est certes pas le seul du genre en Colombie-Britannique. Outre l'Office de vente du lait qui a été créé après la présentation du rapport de la Com-

mission royale en 1955¹, il y a aussi l'Office de vente des légumes de l'intérieur de la Colombie-Britannique² (British Columbia Interior Vegetable Marketing Board) et l'Office du marché des légumes du littoral de la Colombie-Britannique (B.C. Coast Vegetable Marketing Board) qui existent depuis 1935. Tous deux ont fait l'essai d'un grand nombre de mesures de réglementation et tous deux ont eu recours à une agence centrale de vente. L'Office de vente des légumes du littoral a cherché d'une façon toute particulière à étendre le champ de son activité. Une coopérative a été formée pour agir comme organisme de vente en 1945 et tous les producteurs devaient écouler leurs produits par son intermédiaire. Un grand entrepôt a été construit en 1947. On y trouve aujourd'hui des installations frigorifiques ainsi que de l'outillage pour le classement, le lavage, le triage et l'emballage ainsi que des bureaux et un laboratoire pour l'examen des pommes de terre. En vue de soutenir la concurrence sans cesse plus grande des pommes de terre de l'État de Washington, on a institué en 1952 un vaste programme de classement, d'emballage et d'étiquetage. Le travail se fait sur une grande échelle et il permet l'emballage à peu de frais ce qui a beaucoup aidé à faire face à la concurrence des États-Unis. En 1959, l'Office a annoncé la mise en chantier d'un second établissement dont le coût sera de \$600,000 et qui sera situé à Richmond sur le bras septentrional du Fraser³. On pourra y classer, laver et emballer environ 400 tonnes de pommes de terre par jour et y en emmagasiner 7,000 tonnes. On s'attend que quelque 40,000 tonnes de légumes de la vallée du Fraser passeront par cet établissement chaque année. Des voies de service seront aménagées afin de permettre l'expédition des produits aux marchés des Prairies.

Les offices de vente du lait

Avant de terminer la présente étude, il importe de parler des offices de vente du lait, lesquels ont fonctionné dans plusieurs provinces depuis le milieu des années trente. Au cours des audiences publiques qu'a tenues la Commission, des témoins de diverses parties du pays ont dit que ces offices avaient réussi à empêcher un plus grand écart des

¹ Report of the British Columbia Royal Commission on Milk, 1954-1955, Imprimeur de la Reine, Victoria (C.-B.)

² En dépit de sa longue existence, le présent Office a rencontré beaucoup d'obstacles et, à l'heure actuelle, il fait face à des problèmes très graves. Pour un compte rendu détaillé de son évolution, de ses méthodes de mise en vente, de la nature et des causes de ses problèmes actuels ainsi que des solutions proposées, consulter le Report on the British Columbia Interior Vegetable Industry, par E.L. Menzie, Département de l'économie agricole de l'Université de la Colombie-Britannique, en collaboration avec le ministère de l'Agriculture de la Colombie-Britannique, 1950.

³ Canadian Grocer, 25 avril 1959.

prix. À cause de ce prétendu succès, on a également laissé entendre que le régime de mise en vente institué par ces offices devrait être aussi appliqué à la mise sur le marché des produits agricoles alimentaires en général.

En étudiant ces propositions, il semble nécessaire de se reporter brièvement aux circonstances particulières qui ont entraîné l'établissement de ces offices et de considérer leurs opérations en général. Avant 1933 ou 1934, les prix du lait nature découlaient de négociations facultatives entre représentants de producteurs et représentants de distributeurs. En 1933, toutefois, les prix versés aux fromageries et aux beurrieres baissèrent tellement que des cultivateurs qui, normalement, alimentaient ces débouchés ont essayé d'obtenir de meilleurs prix en offrant leur lait aux consommateurs de lait nature à des prix un peu inférieurs aux prix spécifiés dans les ententes facultatives conclues entre producteurs et distributeurs réguliers. Cet apport supplémentaire de lait fut vendu par une nouvelle génération de distributeurs, généralement sous une forme non pasteurisée, à des consommateurs ayant un pouvoir d'achat réduit par suite de la diminution des salaires et à cause du chômage. De la sorte, le chiffre d'affaires des distributeurs baissa, les prix d'achat et de vente perdant toute fermeté et les ententes facultatives de prix devenant tout à fait inapplicables. Dans ces circonstances, producteurs et distributeurs réguliers firent appel à leurs gouvernements provinciaux, les priant de les tirer de cette impasse en établissant des prix à la production et à la consommation, en réglementant le nombre et le genre des distributeurs et en exerçant une surveillance générale.

Ces appels, plus la préoccupation que manifestait le public en général au sujet du maintien d'une quantité suffisante de lait de bonne qualité amenèrent l'adoption de lois visant la surveillance du commerce laitier dans plusieurs provinces. La situation paraissait grave et les mesures législatives en question furent envisagées comme des dispositions d'urgence. Même si ces mesures prévoyaient la création d'offices habilités à exercer une surveillance presque absolue sur toutes les phases de la vente, ces offices se sont principalement occupés, dans la pratique, d'établir des prix et d'instituer des régimes de permis et de cautionnement à l'intention des distributeurs. A un degré moindre, ils se sont aussi occupés de vérifier le lait dans les laiteries, de réglementer les prix de transport du lait à partir des fermes et d'étudier la possibilité de réduire les écarts de prix à la distribution. Fait à noter, ce genre de réglementation a nécessité celle des méthodes et des agences de vente déjà existantes, plutôt qu'une tentative visant à charger les offices eux-mêmes des fonctions de vente proprement dites.

Bien que créés aux fins de parer à une situation critique, ces offices ont continué de fonctionner surtout parce que les producteurs ont pour ainsi dire insisté sur le maintien d'une aide gouvernementale en matière de fixation des prix. Les producteurs alléguaient que sans cette aide leur pouvoir de négociation par rapport à celui des distributeurs diminuerait constamment en raison de la tendance de ceux-ci à se faire moins nombreux mais plus importants.

Au moment de la création des offices et pendant plusieurs années

ensuite, les prix étaient fixés au niveau de la consommation aussi bien qu'à celui de la production. Ce régime a automatiquement déterminé l'ampleur des marges ou écarts. Avec le temps, toutefois, d'aucuns ont estimé que par suite de la fixation des prix de détail il était inutile que les distributeurs se fassent concurrence, décourageant ainsi la possibilité de prévoir plus d'économies et de réductions dans les prix demandés aux consommateurs¹. Aux fins d'encourager de telles économies et de telles réductions quelques offices ont, ces dernières années, supprimé les prix de détail fixes. Mais dans la plupart des cas, sinon dans tous, ils ont prévu des maximums au-dessus desquels les prix de détail ne peuvent s'élever, établissant ainsi des prix de détail maximums mais aucun prix de détail minimum.

La proposition tendant à ce que les prix de détail fixes soient supprimés a été l'objet d'une forte opposition de la part des producteurs. Divers représentants de producteurs ont exprimé cette opposition au cours des audiences de la Commission. En Colombie-Britannique, où les prix de détail fixes ont été supprimés en 1953, le représentant de la Fédération provinciale des agriculteurs a formulé une vive opposition à cet égard². Une contre-pression analogue s'est manifestée dans l'île du Prince-Edouard, en Nouvelle-Écosse et au Nouveau-Brunswick. Cette opposition semble fondée sur la crainte que la disparition du prix fixe à l'échelon du détail rendra plus difficile pour certains distributeurs de réaliser leurs recettes habituelles, de sorte que ces distributeurs chercheront à obtenir compensation sous la forme de prix réduits au niveau de la production. Il convient de noter également que dans les négociations de prix intervenues au cours des années, on a eu tendance à partager assez également toute augmentation ou diminution du prix de détail entre producteurs et distributeurs. Cela est sans doute plus facile à faire lorsque le prix de détail et le prix à la production sont déterminés³. Plus encore, lorsqu'une augmentation ou une diminution du prix de détail est divisée à part égale entre les deux groupes intéressés, la part que le producteur touche du dollar versé par le consommateur tend à rester le même.

1 Report of the Ontario Royal Commission on Milk, pp. 106-111.

2 Compte rendu, p. 79.

3 Il y a, quant au prix de détail du lait, une autre exigence d'ordre pratique selon laquelle, chaque fois qu'un prix de détail change, ce changement doit être d'un cent ou d'un demi-cent la pinte. L'emploi d'autres fractions n'est tout simplement pas adoptable dans la pratique. Plus encore, dans les provinces où l'on recourt à la méthode dite de la formule pour rajuster les prix, on attend d'habitude que la formule indique une variation de 19c. les cent livres dans un sens ou dans l'autre avant de modifier les prix. Une variation de 10c. du prix à la production équivaut à une variation d'à peu près $\frac{1}{2}$ c. la pinte dans le prix à la consommation.

Quant à la proposition générale voulant qu'éventuellement le régime de commercialisation instauré par les offices de vente du lait s'applique aussi à la mise en marché d'autres produits, un point en particulier mérite une attention spéciale. Dans la vente du lait nature on a pu maintenir des prix fixes à l'échelon de la production surtout parce que toute quantité de lait invendu sous cette forme pouvait être écoulée en vue d'autres usages, et ce à des prix dits de production excédentaire. On voit difficilement comment une telle manière de procéder pourrait être adoptée, dans le cas de la plupart des autres produits agricoles. Il se peut fort bien que la tendance apparente des groupements d'agriculteurs en général à préconiser le mode de commercialisation des offices de vente du lait soit attribuable au fait que le lait nature est un cas où l'on a trouvé moyen de limiter l'offre et d'empêcher ainsi la baisse du prix à la production. Bien entendu, il faut noter en outre que certains offices ont fait un usage abondant de données tirées d'études spéciales du prix de revient lorsqu'il s'est agi d'établir des prix à la production. Le fait que cette pratique ait contribué à maintenir les prix du lait à un niveau satisfaisant pour le producteur peut aussi aider à comprendre pourquoi des producteurs ont proposé que les méthodes que suivent ou que représentent les offices de vente du lait pourraient très bien s'appliquer à la vente d'autres produits agricoles. Eu égard à la récente préoccupation de l'agriculteur devant la baisse des prix de vente, le fait que les prix du lait nature sont demeurés fermes peut avoir une importance considérable.

Dans le même ordre d'idées que ce qui précède, nous désirons faire une autre observation de caractère général au sujet des offices de vente en général. Le fait est que, jusqu'ici, les offices de vente canadiens, autres que ceux de la vente du lait dont nous venons de parler se sont efforcés par un moyen ou par un autre d'obtenir le plus haut prix possible pour toutes les denrées produites. En d'autres termes, ils n'ont pas essayé de hausser les prix en restreignant la production. Aucune tentative n'a été faite dans le dessein de porter atteinte au principe de la libre entrée. Cela incline à croire que, si les offices ont réussi à hausser les prix, ils ont aussi encouragé d'une façon spéciale les cultivateurs à accroître leur production, ce qui, tôt ou tard, engendrera une tendance à la baisse dans les prix. Dans ce cas, tout bénéfice tiré d'une hausse de prix découlant des mesures prises par les offices de vente se révélera peut-être assez éphémère.

Résumé général

Voici une série d'affirmations qui résument peut-être au mieux l'étude des offices de vente qui précède:

1. La demande de lois prévoyant l'institution d'offices de vente qui auraient le pouvoir de réglementer complètement l'offre s'est produite lorsque l'expérience a montré que la coopération volontaire ne permettait pas de poursuivre certains modes d'activité commerciale ni d'atteindre certains objectifs commerciaux.

2. Cette demande était également attribuable à la baisse prononcée du revenu agricole durant les années de dépression ainsi qu'à la conviction de plus en plus ferme du cultivateur, d'après laquelle le producteur ne saurait disposer d'un pouvoir de négociation véritable, s'il n'avait pas pleine capacité de régulariser l'offre.
3. Le principal élément de tous les offices de vente réside dans le pouvoir qu'il ont d'amener toute minorité dissidente de producteurs à se rendre aux désirs de la majorité.
4. Le but général des offices de vente est de faire monter les prix et les revenus agricoles en adoptant des formes particulières de surveillance en matière de commercialisation.
5. Les offices de vente se sont efforcés d'atteindre cet objectif par des méthodes et des mesures de réglementation très variées. En Ontario, la majorité des offices ont adopté le mode des conventions collectives; il en est ainsi des offices créés jusqu'ici dans le Québec. C'est pourquoi ils ont acquis la réputation d'offices de négociation. D'autres offices ont cherché à obtenir une majoration des cours par les moyens suivants: régularisation de l'acheminement des produits vers le marché; accroissement de la demande grâce à l'amélioration de la qualité des produits et à la publicité; fixation de prix qui varient d'un marché à l'autre; offre de vente de variétés ou catégories différentes d'un même produit suivant les différents revenus des classes de la société; variation de la forme sous laquelle un produit donné est mis en vente; réglementation des approvisionnements d'une même catégorie de produits en vue d'en faciliter la vente.
6. Toutes les provinces ont adopté les lois d'autorisation utiles, mais l'activité que déploient, de fait, les offices de vente en vue de l'écoulement des produits alimentaires agricoles du Canada reste, somme toute, relativement limitée. Du point de vue géographique, cette activité a jusqu'ici été restreinte quant au nombre des produits manutentionnés, quant à la durée de la période d'exploitation et quant au nombre et à la diversité des mesures de réglementation employées.
7. En dépit de ces restrictions précises, les offices de vente n'ont cessé de grandir en importance, et leur nombre, au total s'accroît constamment.
8. Jusqu'ici les offices de vente ont déployé leur activité surtout en Ontario et en Colombie-Britannique.
9. On peut diviser les offices en trois catégories d'ordre général: comité de négociation, agence de vente et comité

de négociation, agence centrale de vente. En général, ces trois catégories ne constituent, en réalité, que des variantes de l'envergure de l'activité des offices. À mesure qu'on passe de la catégorie du comité de négociation à celle de l'agence de vente, le champ d'action a tendance à s'agrandir et le nombre ainsi que la diversité des mesures de réglementation ont tendance à s'accroître.

10. Le mode ou les modes de réglementation adoptés dépendent de plusieurs éléments, notamment de la nature du produit mis en vente, de l'expérience qu'il y a lieu d'acquérir, de l'importance du capital disponible, de la bonne ou de la mauvaise volonté des producteurs à se plier à certains modes de réglementation, de l'éloignement du marché, du régime particulier dont s'inspire l'organisation actuelle des marchés, et de la façon dont les producteurs voient les difficultés particulières aux marchés.
11. Pour ce qui est de la catégorie des comités de négociation, les observations effectives révèlent que l'influence qu'ils peuvent exercer sur les prix aux producteurs est très variable. Dans certains cas, cette influence se trouve limitée du fait qu'il faut répondre aux exigences d'une concurrence extérieure ou du fait que l'offre et la demande prévues ne correspondent plus à l'offre et la demande réelles qui se sont manifestées quelques mois plus tard. Il semble qu'un comité de négociation ne peut réussir à faire majorer le prix d'un certain produit si le prix envisagé n'est pas le même que le prix en cours.
12. Jusqu'ici l'activité des offices de vente du Québec a porté surtout sur la mise au point et l'exécution de programmes communs de vente qui comprennent l'établissement de prix fixés à la suite de pourparlers avec les représentants des producteurs et des acheteurs.
13. Il y a tout lieu de croire que, dans bien des cas, le pouvoir de marchandage des producteurs a été de beaucoup renforcé par la création de comités de négociation. L'aptitude à faire valoir le principe de la négociation collective, la probabilité selon laquelle les porte-parole qui négocient en faveur du producteur sont mieux versés que la moyenne des gens dans l'art de marchander et disposent d'une multitude de renseignements supplémentaires sur la situation du marché en général et que les prix se fondent, jusqu'à un certain point, sur les conclusions auxquelles les études particulières sur l'établissement des prix de revient ont abouti, voilà autant d'éléments qui concourent à donner plus de poids au producteur en matière de négoc-

ciation. D'autre part, il est arrivé qu'au cours de certains pourparlers sur l'établissement de prix les porte-parole du producteur se soient abstenus, de plein gré, d'exercer toute pression en vue de faire hausser les prix.

14. À tout prendre, le meilleur équilibre qu'a atteint, de part et d'autre, le pouvoir de négociation, grâce aux mesures prises par les offices de vente, s'est vraisemblablement traduit par une certaine amélioration des prix au producteur. S'il en est ainsi, même s'il n'a pas été possible de reporter sur le consommateur la totalité ou une partie de ces hausses de prix, comme cela s'est vraisemblablement produit, du moins dans certains cas, les mesures prises par les offices en ont peut-être indirectement rétréci l'écart un tant soit peu. Toutefois, on ne saurait affirmer si vraiment un tel rétrécissement a eu lieu.
15. Même s'il est probable que le pouvoir de négociation du producteur se soit amélioré sensiblement, ce pouvoir n'est pas devenu aussi fort, semble-t-il, que celui du fabricant.
16. Quant aux comités de négociation, on estime que leurs frais d'exploitation ont été peu considérables.
17. Dans le cas d'au moins deux offices de la catégorie d'agence de vente et bureau de négociation, - le Bean Growers' Board et le Cheese Marketing Board, en Ontario, - le prix moyen que les producteurs ont obtenu a subi une majoration notable, semble-t-il, à cause de l'application du principe du double prix. Toutefois, les bénéfices réels réalisés par les producteurs à la suite de cette application ont varié énormément d'une année à l'autre.
18. Dans les deux cas précités, les mesures prises par l'office ont peut-être été à l'avantage des producteurs, mais elles ont sûrement créé une disparité de traitement à l'égard du consommateur canadien quant au prix. En d'autres termes, c'est parce que la demande a été plus souple au Royaume-Uni qu'au Canada qu'on a pu obtenir des prix élevés pour le producteur, ce qui a permis de transmettre avec plus de facilité le fardeau des prix élevés aux consommateurs.
19. Pour ce qui est de l'activité de l'office du fromage, si les producteurs ont pu réaliser des bénéfices assez considérables c'est grâce à l'assistance donnée sous diverses formes par l'administration fédérale et le gouvernement d'Ontario.

20. Il est particulièrement significatif de constater que les efforts déployés par l'Office du fromage d'Ontario en vue de la majoration des prix aient profité aux producteurs de fromage du Québec sans qu'il en ait coûté quoi que ce soit à ces derniers.
21. Il y a tout lieu de croire, semble-t-il, que l'Office de vente du fromage du Nouveau-Brunswick, ait réussi à faire hausser sensiblement les prix au producteur. Puisque cette hausse de prix est due surtout au programme d'entreposage et de vente systématique de l'office, il semble peu probable que les prix de détail aient monté ou baissé. À supposer qu'il en soit ainsi, on peut dire que l'activité déployée par l'Office a contribué dans une certaine mesure à réduire l'écart des prix.
22. Les offices de vente de porcs de la Nouvelle-Écosse et du Nouveau-Brunswick ayant pour but fondamental de conserver la pratique selon laquelle les ventes s'effectuent par l'entremise d'une coopérative de vente, il est difficile de voir comment, par leur activité, ils auraient pu influencer tant le prix au producteur que le bon fonctionnement général de la commercialisation. Ils ont tout simplement servi à maintenir un état de choses qui existait déjà avant leur création.
23. On ne saurait affirmer, avec preuve à l'appui, si oui ou non l'activité de l'Office de vente de porcs d'Ontario a eu pour effet de faire monter le prix à la production. De toute façon, quels que soient les effets que cette activité a pu exercer sur les prix récemment, ils ne se sont guère fait sentir durant la presque totalité de la période qui intéresse tout particulièrement la Commission.
24. Les offices de vente de la Colombie-Britannique ont adopté, et de loin, la plus grande diversité dans leurs méthodes de réglementation. On peut l'affirmer plus particulièrement dans le cas de l'Office de vente des fruits de la Colombie-Britannique qui réglemente, notamment, le moment et le lieu de la mise en vente, la quantité et la qualité des produits mis en vente, le pourcentage de la vente de fruits frais et de conserves de fruits sous diverses formes, la nature des récipients employés. Cet office a entrepris des travaux de recherches poussés, s'est efforcé d'accroître la demande au moyen de la publicité et a rempli les fonctions relatives au conditionnement des marchandises et au courtage. L'Office de vente des fruits de la Colombie-Britannique a cherché à faire majorer les prix au producteur en réglementant l'acheminement des produits vers le marché, en employant des vendeurs spécialisés et bien versés dans ce sujet et en mettant en pratique les disparités de prix. Bref, de tous les offices de commercialisation canadiens, c'est lui qui s'est le plus

appliqué à tirer plein parti des lois relatives à l'organisation des marchés.

25. L'Office a pour principe général de demander aux acheteurs de la Colombie-Britannique et de l'Alberta des prix plus élevés qu'à ceux des autres provinces. Il n'y a aucune raison de croire, cependant, que ces disparités de prix ont été plus prononcées depuis 1950 qu'au cours des années immédiatement antérieures. En effet, il y a lieu de croire que ces écarts ont été de beaucoup moins prononcés ces dernières années.

LA SITUATION CHANGEANTE DE L'INDUSTRIE
AGRICOLE AU CANADA, DE 1941 À 1957

A. Étendue et but de l'étude

Les changements marqués qui se sont produits dans l'industrie agricole depuis la Seconde Guerre mondiale ont produit un effet important sur le niveau des prix agricoles¹. Deux de ces importants changements sont l'introduction de techniques de production améliorées et l'augmentation considérable du capital investi en machines et outillage, en bâtiments agricoles et en animaux de ferme. Il en est résulté un relèvement important du niveau de la production agricole (offre), qui, par voie de conséquence, a influé sur les niveaux des prix touchés par les cultivateurs pour leurs produits. La présente étude contient une analyse des données qui reflète l'évolution de l'agriculture par rapport aux prix et aux revenus pour les années 1941 à 1957.

La période 1951 à 1957 dans laquelle les prix à la ferme ont fléchi brusquement pour se stabiliser ensuite, est d'un intérêt immédiat. Dans la mesure où la baisse a pris naissance avant 1951, il est utile de faire une revue rétrospective des événements qui se sont produits dans certains domaines au cours de la période précédant celle de 1951 à 1957. On a fait, pour de plus courtes périodes, des comparaisons qui démontrent les conditions extrêmement changeantes influant sur l'agriculture. Ainsi par exemple, les années 1941 à 1945, ont différé complètement de celles du temps de paix, de 1946 à 1950. La guerre de Corée qui a éclaté en 1951 a porté les prix agricoles à un sommet et ses effets se sont fait sentir jusqu'en 1953. La période la plus récente, celle de 1954 à 1957, illustre bien les efforts de l'agriculture pour s'adapter aux tendances de plus longue durée.

Jusqu'à un certain point, l'agriculture canadienne connaît une spécialisation régionale. En conséquence, les changements qui se font sentir dans les prix à la ferme ont des effets différents sur les diverses régions productrices. Dans l'analyse suivante, nous faisons allusion à la portée des prix changeants des produits agricoles et de l'évolution de la technologie agricole pour les diverses régions.

1 Pour une étude économique générale de la situation changeante de l'industrie agricole au Canada, le lecteur est prié de se reporter au volume "Les progrès et les perspectives de l'agriculture canadienne" de la Commission royale d'enquête sur les perspectives économiques du Canada, 1957. Depuis la publication de cette étude, les données provenant du recensement de 1956 sont devenues disponibles ainsi que les données révisées en conséquence des séries statistiques fondamentales sur l'agriculture. Ces nouvelles données ont servi à la préparation de la présente étude et il a été jugé utile de présenter une analyse fondée sur ces données dans le présent volume.

Par suite de l'évolution de l'agriculture dans les deux dernières décennies, le nombre de fermes et la main-d'oeuvre agricole ont baissé brusquement. C'est pourquoi la valeur globale et les données quantitatives pour certaines rubriques comme le revenu des entreprises agricoles et le capital investi dans ces entreprises reflètent mal la portée réelle des changements technologiques sur l'entreprise agricole en tant qu'unité. Par conséquent, l'analyse que présente cette étude repose sur la "moyenne par ferme".

L'énumération des fermes (d'après les définitions du recensement) ne se fait pas dans l'entre-recensement. A cause de cette lacune, les estimations des fermes pour les années intercalaires, sont tirées d'interpolation directes. Dans la mesure où les changements du nombre de fermes pour une année donnée proviennent de l'interpolation directe, les moyennes par ferme, qui figurent dans les tableaux, seront une sous-estimation ou une surestimation de la situation réelle. Quoi qu'il en soit, l'intérêt premier de la présente étude est l'analyse des tendances. En grande partie, la dérivation des estimations du nombre de fermes au moyen de l'interpolation directe n'influera pas d'une façon marquée sur les changements annuels des moyennes par ferme.

B. Conditions de l'agriculture, de 1941 à 1945

Pendant les premières années de la Seconde Guerre mondiale, les conditions de l'agriculture canadienne ne faisaient que refléter, dans une large mesure, la période de dépression précédente. Au début de la guerre, l'industrie ne possédait que de l'outillage déprécié et désuet, le chômage (ou sous-emploi) était considérable et les fermes étaient grevées de dettes.

Pendant la guerre, les prix à la ferme ont augmenté sous la pression de la forte demande du temps de guerre, mais les mesures de répression ont plafonné les prix perçus par les producteurs et elles ont aussi maintenu une stabilité relative quant aux prix des apports. Mais la production s'est accrue et cette augmentation jointe à celle des prix a contribué à relever d'une façon appréciable les revenus agricoles. Exprimé en dollars de 1957, le revenu agricole net provenant de l'exploitation d'une ferme, était de \$1,391 en 1941 et de \$2,133 en 1945, ce qui signifie une augmentation d'environ 57 p. 100 en termes réels.

Au fur à mesure que le revenu agricole augmentait, les dettes s'acquittaient. D'après le recensement quinquennal, le total de la dette agricole des Prairies ne représentait en 1946 que 54 p. 100 du montant déclaré en 1941. En 1941, 39 p. 100 de toutes les fermes des Prairies avaient déclaré des "hypothèques et (ou) conventions de vente" comparativement à seulement 25 p. 100 en 1946. De plus, la dette en dollars absolus était beaucoup plus facile à éteindre parce que les prix des produits agricoles ont augmenté de 85 p. 100 en 1946 par rapport à la moyenne de 1941.

L'augmentation des revenus agricoles s'est produite en même temps que la main-d'oeuvre agricole diminuait. Le revenu individuel des travailleurs agricoles a augmenté. Toutefois la difficulté d'obtenir de l'outillage de production pendant la guerre a entraîné une

diminution du volume des ventes des instruments et des machines aratoires. Ainsi l'expansion de nouvelles immobilisations et de la production s'est trouvée entravée dans une certaine mesure et la voie était ouverte à la période d'investissement rapide qui a suivi la guerre.

C. La période d'augmentation de la mise de fonds

La valeur totale de la mise de fonds agricole a augmenté considérablement entre 1941 et 1957, mais la période où l'expansion a été la plus rapide a commencé après la guerre en 1946 et s'est poursuivie jusqu'au début des années 1950. Immédiatement après la guerre, la demande de produits agricoles s'est révélée active. À mesure que les régresses étaient abolies, le marché domestique se réadaptait aux besoins du temps de paix. Les exportations connurent une certaine reprise étant donné que les pays dévastés par la guerre devaient compter davantage sur les approvisionnements nord-américains. Les prix à la ferme augmentèrent parce que l'offre ne pouvait répondre à la demande d'après-guerre. Les prix croissants ont encouragé la production et le programme d'investissement en fait de biens de production a marché au même rythme.

Après la fin de la guerre, la mise de fonds par ferme et par travailleur agricole a augmenté considérablement. Il en est résulté un accroissement de la capacité de production des fermes et des travailleurs agricoles, comme le démontre clairement une section suivante qui traite des changements de la productivité. Le tableau 1 montre les changements de la mise de fonds par ferme et le tableau 2 indique les changements de la valeur de la mise de fonds par travailleur agricole.

TABLEAU 1. VALEUR DE LA MISE DE FONDS PAR FERME: CANADA ET RÉGIONS, MOYENNES PAR PÉRIODES, 1941 À 1957

	(en dollars)					
	<u>CANADA</u>	Provinces		Ontario	Provinces des Colombie	
		<u>Maritimes</u>	<u>Québec</u>		<u>Prairies</u>	<u>Britannique</u>
	(en dollars courants)					
1941-1945	7,563	3,892	6,231	8,575	8,487	8,430
1946-1950	10,920	5,230	7,956	11,660	13,284	12,390
1951-1953	15,653	6,745	10,679	16,866	19,571	15,809
1954-1957	17,228	7,342	11,886	19,179	21,053	18,023
	(en dollars de 1957)					
1941-1945	14,665	6,473	10,098	17,531	17,982	15,163
1946-1950	15,494	6,556	10,937	17,899	18,809	17,448
1951-1953	16,806	6,922	11,733	18,989	20,495	17,732
1954-1957	18,036	7,636	12,428	20,256	21,740	18,884

Source: Données du BFS, Division de l'agriculture.

TABLEAU 2. VALEUR DE LA MISE DE FONDS PAR TRAVAILLEUR AGRICOLE:
CANADA ET RÉGIONS, MOYENNES PAR PÉRIODES, 1941 À 1957

(en dollars)

	CANADA	Provinces			Provinces des	
		Maritimes	Québec	Ontario	Prairies	Colombie Britannique
(en dollars courants)						
1941-1945	4,680	2,541	3,521	5,288	5,490	5,015
1946-1950	6,820	3,580	4,413	6,748	9,167	7,450
1951-1953	10,418	4,750	6,787	10,776	13,309	12,662
1954-1957	11,857	5,234	7,466	12,628	15,419	14,718
(en dollars de 1957)						
1941-1945	8,942	4,220	5,702	10,818	11,467	9,015
1946-1950	9,241	4,482	6,057	10,340	13,018	10,457
1951-1953	11,059	4,875	7,456	12,135	13,935	14,187
1954-1957	12,332	5,442	8,306	13,308	15,915	15,410

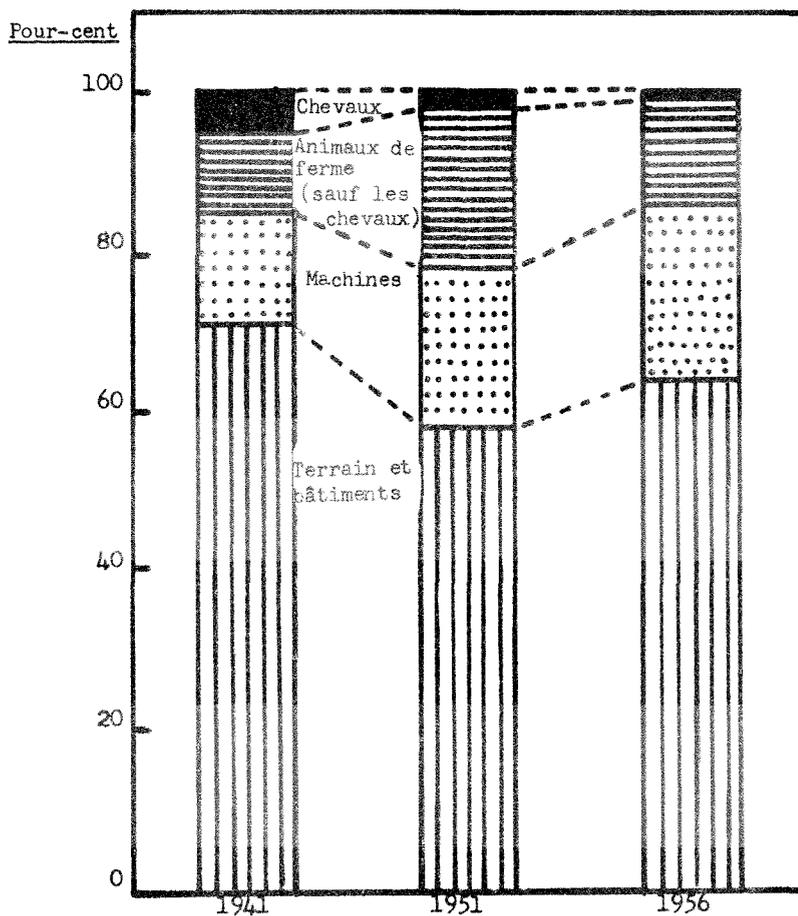
Source: Données du BFS, Division de l'agriculture.

La plus forte proportion de l'augmentation qui s'est produite dans la valeur de la mise de fonds agricole durant l'après-guerre et pendant la campagne de Corée est attribuable aux investissements considérables en machinerie et en instruments aratoires et à l'établissement sur les fermes de troupeaux d'animaux producteurs de laine, de lait, de viande et d'oeufs. Les augmentations de la valeur totale de la terre et des bâtiments sont comparativement modérées tandis que le nombre et la valeur des chevaux ont tombé brusquement. Le graphique 1 montre les changements qui se sont produits dans la répartition exprimée en pourcentage de la mise de fonds agricole. Du point de vue de la valeur, l'augmentation entre 1941 et 1951 de l'importance relative, des animaux, (à l'exception des chevaux) et des machines saute aux yeux. En 1951, la valeur des animaux était exagérée, surtout par les hauts prix en cours lorsque la courbe des prix du boeuf était à son sommet ou près de son sommet.

L'augmentation rapide de la mise de fonds décrite dans ces tableaux et graphiques explique, en partie, la situation excédentaire qui s'est révélée par la suite et qui a contribué à la baisse des prix à la ferme après 1951.

Une des caractéristiques de la "période d'augmentation de la mise de fonds" a été l'expansion de l'étendue moyenne des fermes, calculée en superficie. En 1941, chaque ferme mesurait en moyenne 237 acres. En 1951, elle atteignait 279 acres, ce qui représente une augmentation de 18 p. 100. Cette tendance s'est poursuivie jusqu'en 1956, alors que l'étendue moyenne d'une ferme était de plus de 302 acres, soit 28 p. 100 de plus qu'en 1941 et 8 p. 100 de plus qu'en 1951. L'augmentation de la superficie moyenne des fermes de l'Ouest, surtout celles de la Saskatchewan et de l'Alberta, s'est effectuée à un rythme plus rapide que dans

GRAPHIQUE 1. MODIFICATIONS DANS LA RÉPARTITION DU CAPITAL AGRICOLE AU CANADA, 1941 À 1956



l'Est. Ainsi, en 1956, l'étendue moyenne des fermes de la Saskatchewan était de 40 p. 100 plus considérable qu'en 1941, alors que, pour la même période, les fermes du Nouveau-Brunswick ne se sont agrandies que de 8 p. 100.

L'augmentation de la superficie moyenne des fermes est allée de pair avec une diminution de leur nombre. La totalité de la superficie en culture n'a subi que peu de changements. À preuve, en 1956, la superficie totale déclarée en culture dans tout le Canada était légèrement inférieure à celle de 1951. L'abandon des terres agricoles dans l'Est a dépassé toute augmentation du nombre des exploitations dans l'Ouest.

Le tableau 3 indique, en dollars réels et constants (1957), la valeur moyenne des animaux (exception faite des chevaux) sur les fermes, au 1^{er} juin de chaque année durant quatre périodes comprises entre 1941 et 1957. Les chevaux, parce qu'ils constituent une source d'énergie sur la ferme, sont séparés des "animaux de ferme" aux fins de la présente analyse.

TABLEAU 3. VALEUR MOYENNE DES ANIMAUX (CHEVAUX EXCEPTÉS) PAR FERME ÉTABLIE AU 1^{er} JUIN POUR DES PÉRIODES DÉTERMINÉES: CANADA ET RÉGIONS, 1941 à 1957

(en dollars)

CANADA	Provinces			Provinces des Prairies		Colombie Britannique
	Maritimes	Québec	Ontario	Prairies		
(en dollars réels par ferme)						
1941-1945	1,099	512	953	1,458	1,101	1,157
1946-1950	1,753	836	1,541	2,443	1,687	1,635
1951-1953	2,778	1,245	2,179	3,535	2,917	2,392
1954-1957	2,387	1,051	1,874	3,081	2,570	2,154
(en dollars de 1957 ^a par ferme)						
1941-1945	1,896	894	1,523	2,537	1,941	1,991
1946-1950	1,799	845	1,522	2,531	1,767	1,759
1951-1953	1,938	904	1,632	2,734	1,940	1,602
1954-1957	2,308	1,029	1,887	3,081	2,532	2,000

a. Diminué par l'indice des valeurs moyennes par tête.

Source: BFS, Division de l'agriculture.

La valeur globale du bétail sur les fermes, au 1^{er} juin des années d'après-guerre, dépassait en dollars réels celle des années de guerre. Mais la valeur moyenne par tête était bien supérieure; compte tenu de ce changement de valeur par tête, il y avait en volume (valeur diminuée), moins de bestiaux durant la période de 1946 à 1950. La période de 1951 à 1953 a marqué une augmentation cependant, surtout en Ontario. Les augmentations les plus importantes à travers toutes les régions du Canada sont survenues durant la période de 1954 à 1957. Il convient de noter, toutefois, que ces stocks annuels d'animaux de ferme subissent sérieusement l'influence des mouvements cycliques de l'élevage des bêtes à cornes et des porcs. Ainsi, les périodes 1941 à 1945 et 1950 à 1957 comprennent un certain nombre d'années représentant une phase ascendante du cycle des bêtes à cornes, tandis que les années 1946 à 1950 sont celles de la courbe décroissante.

La baisse du nombre de chevaux sur les fermes a été un résultat direct du programme de mécanisation agricole. Cette assertion s'appuie sur le fait que le taux de diminution dans les provinces de l'Ouest a été plus élevé et que cette baisse est apparue plus tôt que dans l'Est. En plus d'ouvrir la voie à des méthodes de culture plus productives, la disparition des chevaux a libéré la terre arable consacrée à la production de provende pour les nourrir. Par voie de conséquence, les fermes ont vu augmenter leur capacité d'élever des animaux destinés à la consommation humaine.

Au 1^{er} juin 1957, le nombre de chevaux sur les fermes au Canada n'atteignait que 31 p. 100 de ce qu'il était à la même date en 1941. Les fermes des Prairies comptaient 79 p. 100 moins de chevaux en 1957 qu'en 1941, tandis que la diminution correspondante s'établissait à 53 p. 100 au Québec et 56 p. 100 dans les Maritimes.

Le tableau 4 présente une évaluation des achats en dollars par ferme consacrés à de nouveaux instruments et machines agricoles depuis 1941. Un rajustement des changements de prix indique des modifications du volume réel et le tableau 5 donne les nombres-indices des changements de volume des nouveaux achats par ferme.

C'est seulement en 1946 que l'augmentation du volume des achats de nouveaux instruments et machines agricoles a pris une allure rapide. Après la guerre, l'industrie des instruments aratoires est revenue à une production de temps de paix à plein rendement et le volume des achats a accusé des augmentations progressives de 1946 à 1951. Les augmentations des achats dans les provinces des Prairies au cours des années suivant immédiatement la guerre ont été plus considérables que dans les provinces de l'Est. L'année de pointe dans la région des Prairies a été 1949, alors que c'était 1952 dans les provinces de l'Atlantique.

La baisse dans le volume des achats par ferme au cours des dernières années reflète le rapport défavorable du coût avec les prix et aussi la quantité considérable de machinerie agricole déjà placée sur les fermes comme résultat de l'accumulation rapide au cours de la période précédente, comme l'indique le tableau 6.

TABLEAU 4. ACHATS DE NOUVEAUX INSTRUMENTS ET MACHINES
ARATOIRES, PAR FERME, DE 1941 A 1957^a

(en dollars)

<u>Année</u>	<u>CANADA</u>	<u>Provinces Maritimes</u>	<u>Québec</u>	<u>Ontario</u>	<u>Provinces des Prairies</u>	<u>Colombie Britannique</u>
1941	769	248	397	854	1,064	527
1942	601	236	315	826	1,075	557
1943	445	162	219	449	641	344
1944	885	291	357	800	1,237	564
1945	973	399	435	927	1,443	716
1946	1,243	582	634	1,274	1,706	1,180
1947	1,882	671	817	1,781	2,821	1,571
1948	2,653	866	1,080	2,467	4,076	2,129
1949	3,412	868	1,215	3,097	5,494	2,282
1950	3,466	968	1,405	3,390	5,400	1,626
1951	3,803	1,146	1,773	3,918	5,673	1,918
1952	4,100	1,557	1,798	3,473	6,556	1,927
1953	3,959	1,373	1,586	3,105	6,589	1,753
1954	2,472	944	1,328	2,722	3,370	1,660
1955	2,619	1,257	1,731	3,067	3,189	2,069
1956	2,982	1,411	1,902	3,051	3,966	2,058
1957	2,640	1,009	1,978	2,777	3,397	1,558

a Valeurs aux prix du gros.

Source: Farm Implement and Equipment Sales, publication annuelle du
BFS.

TABLEAU 5. CHANGEMENTS RELATIFS DU VOLUME DES ACHATS DE NOUVEAUX INSTRUMENTS ET MACHINES AGRICOLES PAR FERME, 1941 À 1957

(1941 = 100)

<u>Année</u>	<u>CANADA</u>	<u>Provinces Maritimes</u>	<u>Québec</u>	<u>Ontario</u>	<u>Provinces des Prairies</u>	<u>Colombie Britannique</u>
1941	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
1942	92.9	90.9	75.6	92.1	96.3	100.7
1943	54.0	61.1	51.7	49.2	56.0	59.8
1944	106.1	109.7	83.5	87.2	106.9	98.2
1945	119.9	153.8	104.5	103.7	128.3	128.4
1946	148.3	217.6	147.4	137.9	146.8	204.8
1947	211.4	235.9	179.0	181.0	228.2	256.3
1948	265.4	272.0	211.2	224.4	294.4	310.1
1949	305.6	243.4	212.3	251.6	354.8	297.2
1950	297.4	262.3	237.2	266.6	333.7	202.6
1951	288.5	274.2	264.0	271.2	310.0	211.4
1952	297.5	356.8	256.9	230.7	341.9	202.7
1953	285.0	313.6	225.6	205.3	340.9	182.9
1954	177.1	215.0	188.3	179.5	173.2	172.0
1955	186.8	284.2	243.6	200.7	163.3	213.8
1956	202.0	300.2	252.1	188.0	193.4	202.4
1957	167.2	199.0	243.0	158.6	155.5	143.9

Source: Adapté du tableau 4.

TABLEAU 6. VALEUR MOYENNE DES MACHINES AGRICOLES PAR
FERME ÉTABLIE AU 1^{er} JUIN POUR DES PÉRIODES
DÉTERMINÉES: CANADA ET RÉGIONS, 1941 À 1957

(en dollars)

	<u>CANADA</u>	<u>Provinces Maritimes</u>	<u>Québec</u>	<u>Ontario</u>	<u>Provinces des Prairies</u>	<u>Colombie Britannique</u>
	(en dollars réels)					
1941-45	1,065	474	699	1,120	1,383	905
1946-50	1,935	799	1,113	1,932	2,673	1,642
1951-53	3,343	1,241	1,710	3,253	4,886	2,331
1954-57	3,817	1,544	2,072	3,900	5,295	2,634
	(en dollars de 1957 ^a)					
1941-45	2,075	928	1,369	2,190	2,692	1,757
1946-50	3,411	1,265	1,761	3,047	4,132	2,550
1951-53	3,877	1,459	2,011	3,826	5,635	2,689
1954-57	4,130	1,687	2,264	4,265	5,754	2,634

a Diminué par l'indice correspondant du prix des machines agricoles.

Source: BFS, Division de l'agriculture.

Le tableau 6 donne des estimations de la valeur et du volume de la machinerie agricole sur les fermes au 1^{er} juin de chaque année pour les quatre périodes depuis 1941.

La valeur moyenne de la machinerie sur chaque ferme pour la période de 1951 à 1953 était de trois à quatre fois supérieure à la moyenne de la période de 1941 à 1945 dans les provinces des Prairies, et de deux à trois fois plus considérable dans le Québec et les Maritimes. Au point de vue volume physique, les Prairies affichaient une augmentation dépassant de beaucoup 100 p. 100. En général, les réserves étaient considérables au début des années 50 et à cause de la stabilisation de nouveaux placements, l'augmentation au cours de la période plus récente de 1954 à 1957 a été moins marquée.

L'augmentation en volume des instruments et des machines était partiellement complémentaire à la baisse du nombre de chevaux sur les fermes. Il existe une relation étroite entre les deux. Les tracteurs et les instruments aratoires à traction mécanique ont remplacé le cheval et la charrue et beaucoup contribué à l'augmentation de la productivité du travail agricole. Les machines remplacent à la fois chevaux et hommes.

L'emploi des machines a rendu possible la culture de superficies plus considérables et stimulé l'agrandissement des fermes en recourant à la consolidation dans l'Est, et à une formule mixte de consolidation et d'utilisation de la terre vierge dans l'Ouest.

D. L'influence des changements survenus dans la productivité

La mécanisation des fermes, l'amélioration des races de bétail, le perfectionnement des cultures et des semences, la lutte contre les insectes et les maladies et des techniques agricoles améliorées sont tous des éléments qui ont contribué à accroître le rendement de l'exploitation agricole¹. Cette augmentation du rendement se produisant à un moment où la main-d'oeuvre agricole diminuait a provoqué un rendement accru par homme.

Cependant, le rendement par homme ne constitue pas le meilleur critère de productivité puisque le nombre d'heures de travail par homme diminue également. En divisant l'indice du volume physique de la production par un indice de la main-d'oeuvre agricole, on obtient un indice de la production brute par homme. L'indice obtenu de cette façon constitue un guide approximatif des modifications de la productivité, pourvu que l'on garde présents à l'esprit les changements de capitaux et les apports achetés.

¹ Voir Les progrès et les perspectives de l'agriculture canadienne, p. 82 à 96, Commission royale d'enquête sur les perspectives économiques du Canada, 1957.

Le volume de la production (output) varie d'une année à l'autre et l'indice est physiquement influencé par les fluctuations de la production des céréales. Les sommets du graphique 2 pour les années 1942, 1951-1953 et 1956 coïncident avec les périodes de pointe de la production des céréales, qui résultaient surtout de conditions de poussée exceptionnellement favorables. La période de pointe de la production par homme n'a été atteinte qu'en 1956.

La diminution de la main-d'oeuvre agricole, après 1946, coïncide avec le début d'un programme intensif de mécanisation agricole. Les machines ont remplacé les hommes. C'est dans la région des Prairies que l'on signale la diminution la plus marquée de la main-d'oeuvre agricole parce que le programme de mécanisation avait avancé à pas de géant.

La projection de cette tendance indique une augmentation marquée du taux de production brute par homme pendant la période à l'étude à un taux de quelque 4.4 p. 100 par année. En 1955, la production par unité de main-d'oeuvre agricole dépassait de plus de 50 p. 100 la période de 1946 à 1950. Durant la campagne agricole favorable de 1956, elle a été de 80 p. 100 supérieure et 45 p. 100 plus considérable en 1957. Pour ce qui est du capital, la proportion de main-d'oeuvre était supérieure au cours des dernières années; au point de vue volume physique, il existait, en moyenne 33 p. 100 plus de capital disponible par travailleur agricole durant la période 1954-1957 qu'en 1946-1950.

L'augmentation de la production agricole a été facilitée par l'augmentation des apports, surtout des apports achetés. Au fur et à mesure que l'énergie mécanique se substituait à l'énergie animale, les agriculteurs devaient acheter plus d'huile, de graisse, d'essence et d'autres fournitures pour alimenter leurs machines. Des techniques agricoles améliorées ont entraîné un emploi plus considérable de produits chimiques et de liquides vaporisés. Ainsi, l'agriculture est devenue plus dépendante des autres industries comme source d'apports.

Les relations entre les apports et la production intéressent cette étude sous deux chefs. D'abord, la quantité d'apports chaque année donne une idée des modifications envisagées de la production. Dans une perspective de plus longue échéance, les modifications de la proportion production-apports sont un barème des changements de la productivité générale de l'agriculture.

L'indice du volume physique de la production a été divisé par l'indice du volume des apports pour obtenir la relation entre la production et ces derniers. La moyenne de la relation apports-production durant la période de 1951-1953 a dépassé de 18 p. 100 la moyenne pour la période 1946-1950, tandis que durant la période la plus récente 1954 à 1957, elle était à peu près égale à la moyenne de 1946-1950.

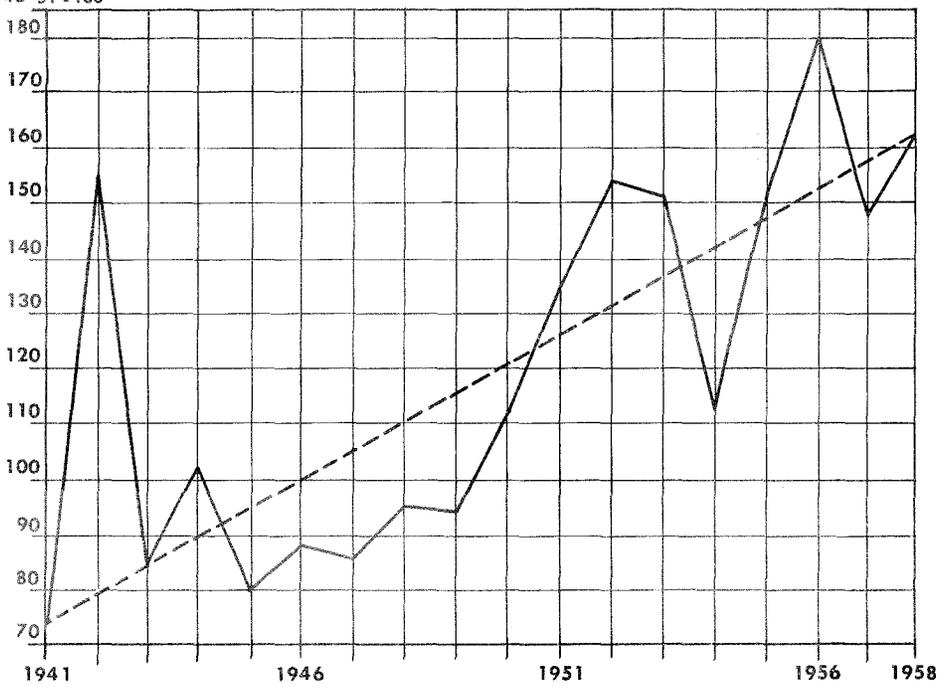
La production varie d'une année à l'autre parce que les impondérables, comme les conditions naturelles, c'est-à-dire la température, sont encore, dans l'ensemble, imprévisibles, mais la tendance est généralement à la hausse. Les apports sont plus stables à courte échéance et ils ont affiché une forte tendance à la hausse depuis 1941, sur-

GRAPHIQUE 7

**ÉVOLUTION DE LA PRODUCTION PAR MEMBRE DE L'EFFECTIF
AGRICOLE, AU CANADA, 1941 À 1958.**

NOMBRES INDICES

1946-51 = 100



tout dans des périodes où les prix agricoles étaient élevés en comparaison avec les prix des apports. En dépit de la chute des prix agricoles en 1951, le volume des apports a continué d'augmenter, ce qui montre que les cultivateurs songeaient encore à augmenter leur production au cours de ces années, et ainsi la production a continué de croître. C'est seulement en 1957, quelques années après la chute des prix agricoles et l'apparition de relations défavorables entre les prix et les frais, que le volume des apports a baissé, mais il s'établissait tout de même encore à 12 p. 100 de plus que la moyenne pour la période de 1946 à 1950.

E. Les conséquences à l'égard des prix agricoles

Les prix agricoles ont augmenté régulièrement et rapidement de 1941 à 1951, alors qu'ils ont atteint un sommet de 197 p. 100 comparativement à la moyenne de 1935 à 1939. Puis les prix ont décliné abruptement de 1951 à 1954, et ils sont demeurés relativement stables depuis lors. Comme ils dépendent de l'offre et de la demande, il devrait être possible d'expliquer les changements de prix par le comportement de ces deux variables. Toutefois, l'offre et la demande, à leur tour, subissent l'action de plusieurs autres variables. Dans la présente section, il est question de certaines de ces variables qui affectent l'offre et de leur effet définitif sur le niveau des prix agricoles.

Pendant les années de guerre, la demande pour les produits agricoles a grandi plus rapidement que l'offre. L'industrie agricole canadienne se relevait après avoir touché au cours des années précédant le conflit les bas niveaux de production qui avaient été causés, dans une large mesure, par la mauvaise température. Au pays et à l'étranger, la demande de denrées alimentaires exerçait une forte pression sur les disponibilités et faisait monter les prix agricoles. Les agriculteurs avaient de la difficulté, pendant la guerre, à obtenir les moyens de production (par exemple, des capitaux sous forme de machines), et la situation gênait l'augmentation de la production. La règle du temps de guerre devint nécessaire. Mais, à l'égard des besoins, la pénurie des denrées alimentaires devint encore plus grande immédiatement après la guerre. Dans les pays où les combats avaient été violents, la production avait été gravement interrompue, et les autres pays, y compris le Canada, devaient satisfaire à leurs besoins. Entre-temps, le relâchement des règlements au pays laissa libre cours à la demande domestique relativement aux produits de consommation, y compris les denrées agricoles. L'augmentation de la demande intensifia la pression exercée sur les disponibilités, et, après la guerre, les prix agricoles s'élevèrent rapidement.

La montée des prix agricoles stimulait l'augmentation de la production et, les ressources étant alors disponibles en plus grandes quantités, les agriculteurs inaugurèrent un programme d'expansion de la production. Les immobilisations accrues sur les fermes à partir de 1946 en témoignent. Un programme de mécanisation fut mis en marche à peu près en même temps. En 1947, le volume des achats de machines et d'instruments aratoires par ferme égalait deux fois et demie celui

de 1941. Les progrès techniques entraînèrent une productivité accrue par cultivateur, par acre et par tête d'animal, une température favorable aidant. L'offre rejoignait rapidement la demande alors que la production augmentait et que la disette à l'étranger devenait moins aiguë à mesure que l'agriculture des pays dévastés par la guerre se redressait.

La déclaration des hostilités en Corée déranger le cours du rétablissement. Les prix agricoles montèrent à des niveaux qui stimulèrent encore davantage la production, tandis que les prix unitaires des valeurs d'apport prenaient du retard. En 1951, les prix agricoles s'élevèrent d'une moyenne de 13.8 p. 100 au-dessus de ceux de 1950; ce taux d'augmentation n'a été dépassé qu'en 1948, alors que les prix agricoles montèrent de 18.5 p. 100. Avec la détente en Corée, la demande de produits agricoles et des autres matières premières ralentit. À ce moment-là la production était bien rétablie en Europe. Cependant, le rendement était élevé et les cultivateurs projetaient de l'accroître encore. De 1949 à 1953 inclusivement, le volume des achats de machines et d'instruments aratoires, par ferme, fut en moyenne de presque trois fois celui de 1941, bien que l'outillage inventorié fût par ferme, en juin 1951, de 16 p. 100 plus considérable qu'en 1949. Pendant la période de 1951 à 1953, le volume moyen des apports a été de 8 p. 100 plus élevé que la moyenne de 1946 à 1950, et la production totale a atteint des sommets grâce à une température favorable.

La chute des prix agricoles se produisit à la fin de 1951, et elle témoignait de la pression des marchandises sur le marché. En 1952, les prix agricoles fléchirent de 8 p. 100.

On a vu que les agriculteurs projetaient encore d'augmenter la production en 1951. Cet état de choses persista malgré le déclin des prix agricoles, qui avait commencé en 1951 et qui se continua jusqu'en 1955. Pendant ces années-là, la quantité de machines par ferme continua d'augmenter. L'augmentation des placements se traduit plus tard par une augmentation du rendement. Les capitaux immobilisés dans des biens durables se trouvent engagés, ce qui rend difficile la réduction du rendement. Le volume moyen des apports au cours de la période allant de 1954 à 1957 a été de 13 p. 100 de plus que celui des années 1946 à 1950, alors que le volume du rendement était de 14 p. 100 plus élevé.

En général, la température a été favorable au début des années cinquante, et les récoltes s'en sont trouvées accrues. Les années de rendement extrême de 1951 à 1953 et de 1956 ont coïncidé avec un haut rendement de céréales attribuable au beau temps.

L'application continue de techniques améliorées pendant la période de 1951 à 1957 a encore augmenté la productivité et a contribué ainsi à la surproduction. En 1957, le rendement brut d'un travailleur était de 45 p. 100 plus élevé que la moyenne établie pour la période de 1946 à 1950, et il fut de 80 p. 100 plus élevé dans l'année abondante récolte de 1956. Même en 1954, année de pauvre récolte, alors que la rouille endommagea le grain et en réduisit le rendement, la production par travailleur a été de 12 p. 100 plus élevée que la moyen-

ne établie pour 1946-1950.

F. Effet des changements sur les revenus agricoles

Le graphique 3 indique quel fut pour la période allant de 1941 à 1957 le rapport entre les changements survenus dans les prix des produits agricoles et les prix des denrées et des services (à l'exclusion de la vie familiale à la ferme) utilisés par les cultivateurs. L'indice des prix obtenus par les cultivateurs reflètent les changements qui se sont manifestés dans les prix des produits agricoles au regard de l'année 1949, prise comme base. De même, l'indice des prix des apports reflète les changements survenus dans les prix des objets de consommation par rapport à l'année 1949¹.

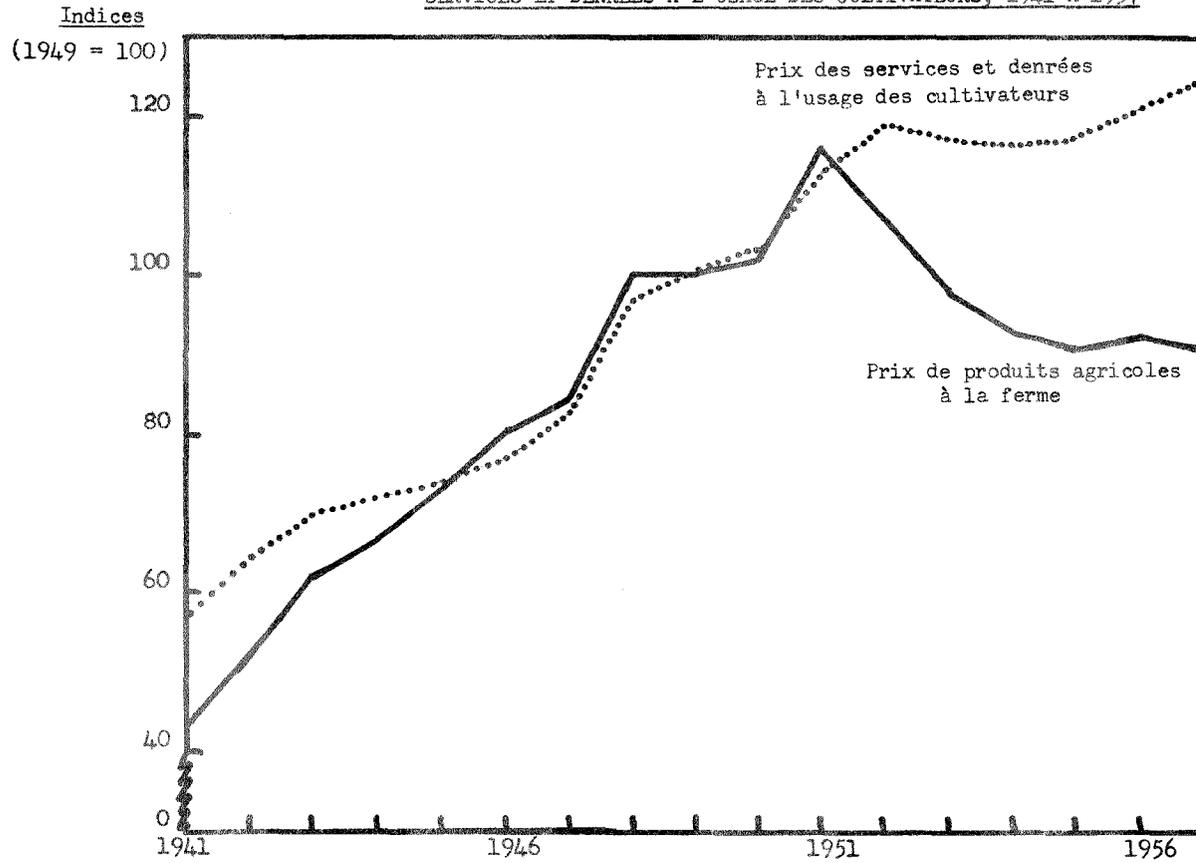
Quand les prix des biens d'apport montent plus rapidement que ceux de la production, on prétend souvent que les cultivateurs se trouvent dans une situation désavantageuse, étant donné qu'il en coûte plus pour produire des denrées qui rapportent un prix inférieur à celui de l'année de base. Dans la langue populaire, on désigne cette situation sous le nom d'étranglement coût-prix; au cours de ces dernières années, tel a été le thème dominant des revendications des cultivateurs auprès du public et des gouvernements.

Alors qu'on peut se demander s'il est utile et valable de comparer à l'unité les changements de prix des produits avec les changements de prix des biens d'apport on peut constater que le rapport établi par une présentation par graphiques et tableaux de ces mêmes variations dépend largement de la période de base qu'on a choisie. Le graphique 3 ne vise pas à laisser entendre que le rapport des prix en 1949 était un rapport normal. Dans cette circonstance, l'année 1949 n'a été utilisée comme base que pour établir une suite logique avec la plupart des analyses que renferment les autres parties du rapport.

Comme le revenu de la ferme représente le solde des recettes moins les dépenses, il s'ensuit, toutes autres choses étant égales, que lorsque les prix des biens d'apport s'élèvent plus rapidement que les prix de la production, le revenu net en souffre. L'effet est plus marqué si on a tendance à utiliser une plus grande quantité d'apports achetés, comme ce fut le cas dans l'agriculture au Canada au cours de la période à l'étude. Mais on a déjà montré au cours de l'analyse que le rendement a augmenté appréciablement dans la période d'après-guerre. Ainsi, dans certains genres d'entreprises, le revenu net par ferme et par travailleur, n'a pas été aussi sérieusement atteint que semblerait le montrer la seule comparaison du prix à la production et du coût des biens d'apport.

1 Ces indices sont établis sur une période quinquennale allant de 1935 à 1939. Par de nouveaux calculs, ces indices ont été ramenés à la base de 1949.

GRAPHIQUE 3. INDICES DES PRIX DES PRODUITS AGRICOLES ET DES PRIX DES SERVICES ET DENRÉES A L'USAGE DES CULTIVATEURS, 1941 À 1957



Le revenu brut réalisé est la somme des rentrées en espèces provenant de la vente des produits de la ferme, du revenu en nature et des paiements supplémentaires effectués en vertu des dispositions de la Loi sur l'assistance à l'agriculture des Prairies, du Plan de revenu des fermes des Prairies et du Programme de réduction des emblavures. Les frais d'exploitation et la dépréciation comprennent les taxes, l'intérêt et le loyer, ainsi que tous les achats d'apports et toute la main-d'oeuvre employée. Les rajustements concernent la modification des inventaires comptent la valeur des changements matériels survenus dans les réserves de grain et de bétail inventoriées à la ferme à la fin de l'année. On obtient le revenu net de la ferme en soustrayant les frais d'exploitation et de dépréciation du revenu brut réalisé et en ajoutant la valeur des changements survenus dans l'inventaire. Le résultat représente les revenus de l'exploitant de la ferme et des membres de sa famille pour le travail, la gestion et leur part de capital dans l'entreprise agricole.

Les changements annuels dans les revenus de la ferme pour l'ensemble du Canada sont beaucoup influencés par les variations qui se produisent dans les provinces des Prairies. Il y a une corrélation marquée entre les deux séries de données, mais les revenus dans les provinces des Prairies sont généralement plus élevés que la moyenne au Canada. Le revenu agricole net, par ferme, est donné au tableau 7 en dollars réels et en dollars de 1957.

A l'égard de toutes les régions, le revenu agricole net moyen en dollars réels s'est élevé après les années de guerre et a atteint des niveaux maximums pendant la période de 1951 à 1953. Les moyennes atteintes au cours de la période la plus récente, celle de 1954 à 1957, ont été inférieures aux moyennes maximums de la période de 1951 à 1953, mais elles étaient supérieures à celles de l'immédiate période d'après-guerre, celle de 1946 à 1950, sauf dans les provinces des Prairies. En données réelles, la moyenne des revenus net provenant de l'agriculture pour la période de 1954 à 1957 a été dans l'ensemble, inférieure à celles des trois périodes antérieures.

La méthode statistique employée pour compiler les estimations officielles du revenu agricole au Canada rend possible uniquement une analyse générale et large des revenus. Le fait que le grain soit le principal produit agricole des Prairies permet d'étudier, dans une mesure restreinte, les effets sur les revenus de la région des changements dans le prix et le volume de la production et des apports. Cependant, même à l'égard des provinces des Prairies, cette étude devient de moins en moins utile, surtout à mesure que la diversification de la production agricole augmente. Seuls des études sporadiques et des témoignages fragmentaires sont apparus sur les revenus de certaines catégories de cultivateurs: par exemple, producteurs spécialisés de pommes, de boeuf, de porc, etc., ou de certains groupes régionaux d'agriculteurs. D'autre part, de telles données particulières n'étaient pas, en général, disponibles pour une période donnée, et, par conséquent, l'analyse des changements dans les revenus par rapport au volume et aux prix n'est pas possible relativement à ces groupes particuliers d'agriculteurs.

TABLEAU 7. REVENU AGRICOLE NET PAR FERME

(en dollars)

	<u>CANADA</u>	<u>Provinces Maritimes</u>	<u>Québec</u>	<u>Ontario</u>	<u>Provinces des Prairies</u>	<u>Colombie Britannique</u>
	(en dollars réels)					
1941-1945	1,294	674	958	1,321	1,580	1,614
1946-1950	1,988	863	1,410	2,040	2,537	1,997
1951-1953	3,002	1,014	1,871	2,793	4,294	2,225
1954-1957	2,092	927	1,665	2,243	2,493	2,038
	(en dollars de 1957)					
1941-1945	2,224	1,066	1,641	2,277	2,815	2,830
1946-1950	2,595	1,102	1,821	2,682	4,173	2,702
1951-1953	3,059	982	1,897	2,853	4,384	2,269
1954-1957	2,148	939	1,710	2,307	2,552	2,094

Source: BFS, Recensement du Canada: Document de référence N° 25, (Part II) Farm Income, 1926-1957; Price Index of Commodities and Services Used by Farmers, et Index Numbers of Farm Prices of Agricultural Products.

Lorsqu'on analyse la moyenne des revenus, il est bon de faire une distinction entre les fermes dont l'exploitant tire tous ses gains, ou la plus grande partie de l'agriculture et ces autres exploitations qui servent avant tout de demeure ou constituent à temps partiel une source de revenu. Mais la statistique touchant ce genre de renseignements n'a pas encore été mise entièrement au point¹. Les recensements précédents ont classé les fermes en quatre principales catégories économiques, parmi lesquelles "les fermes commerciales" sont le plus rapprochées de la conception des fermes à plein temps. Le recensement de 1956 définit la ferme commerciale comme une entreprise qui a "... un potentiel de production d'au moins \$1,200 (chiffre fondé sur la moyenne des séries de chiffres de production et de prix)". En 1956, 79 p. 100 de toutes les fermes canadiennes étaient classées comme "fermes commerciales de culture et d'élevage", mais la proportion de ces fermes varie suivant les régions, depuis 92 p. 100 dans les provinces des Prairies jusqu'à 46 p. 100 dans les provinces Maritimes.

Il est logique de penser que si les revenus moyens étaient séparément calculés à l'égard des fermes à plein temps, les revenus moyens de celles-ci seraient plus élevés que ceux que renferme le tableau 7. Toutefois, cette distinction des fermes proprement dites aurait un effet variable selon les régions. La moyenne dans les provinces Maritimes et la Colombie-Britannique s'en trouverait relevée plus que dans les provinces des Prairies, d'Ontario et de Québec.

Nous avons parlé dans une section antérieure du déclin rapide de la main-d'oeuvre agricole. Les travailleurs non rémunérés constituent la plus grande partie de la main-d'oeuvre agricole: ce sont l'exploitant et tous les membres de la famille travaillant sur la ferme mais ne recevant pas en retour de salaire contractuel. Les travailleurs non rémunérés représentaient en 1957 à peu près 85 p. 100 de la main-d'oeuvre agricole. Le tableau 8 indique, pour le Canada et les diverses régions, en dollars réels et en dollars de 1957, les changements advenus dans la moyenne du revenu agricole moyen net pour le travailleur non rémunéré. Les données représentent uniquement le revenu provenant de l'exploitation agricole et n'englobent pas le revenu provenant du travail en dehors de la ferme.

Les modalités générales des augmentations moyennes par travailleur au cours des quatre périodes sont semblables à celles de revenus par ferme. Il y a eu des augmentations dans toutes les périodes, jusqu'à celle de 1951 à 1953, puis les revenus sont retombés à des niveaux qui étaient supérieurs à ceux des années de la guerre et de l'après-guerre immédiat. En chiffres réels, les revenus dans les provinces Maritimes ont constamment décliné, tandis que dans les autres provinces ils se sont élevés à un maximum dans la période de 1951 à 1953, puis ont décliné pendant la période de 1954 à 1957 à des niveaux inférieurs à ceux des deux périodes précédentes.

1 Pour l'exposé de la question de définition, on renvoie le lecteur au chapitre 13 de l'étude intitulée Les progrès et les perspectives de l'agriculture canadienne, Commission royale d'enquête sur les perspectives économiques du Canada.

Il existe très peu de données sur les gains recueillis en dehors de la ferme par les travailleurs agricoles non rémunérés. Les chiffres disponibles montrent que plus qu'en d'autres régions, et en tout temps, nombre de cultivateurs des provinces Maritimes, de Québec et de la Colombie-Britannique ajoutent à leurs revenus provenant de l'exploitation agricole par du travail exécuté en dehors de la ferme. Ces cultivateurs vivent généralement dans des régions à proximité des endroits où ils peuvent s'adonner à la pêche ou, en hiver, à l'exploitation forestière.

TABLEAU 8. RÉVENU AGRICOLE NET PAR TRAVAILLEUR NON RÉMUNÉRÉ:
CANADA ET DIVERSES RÉGIONS DU PAYS

(en dollars)

	CANADA	Provinces			Provinces	
		Maritimes	Québec	Ontario	des Prairies	Colombie Britannique
		(en dollars réels)				
1941-1945	1,033	239	636	1,109	1,274	1,472
1946-1950	1,580	732	934	1,714	2,128	1,802
1951-1953	2,612	890	1,424	2,601	3,591	2,551
1954-1957	1,757	788	1,240	1,891	2,113	2,137
		(en dollars de 1957)				
1941-1945	1,774	882	1,090	1,910	2,269	2,370
1946-1950	2,052	916	1,202	2,337	2,803	2,424
1951-1953	2,663	862	1,443	2,658	3,665	2,612
1954-1957	1,804	798	1,275	1,946	2,163	2,426

Source: BFS, Division de l'agriculture; Recensement du Canada:
Document de référence n° 25, (Part II) Farm Income, 1926-1957
et Document de référence n° 58, The Labour Force.

CONCENTRATION DANS LES INDUSTRIES CANADIENNES
DE DENRÉES ALIMENTAIRES

Une enquête a été menée en vue d'obtenir un indice de l'étendue du monopole dans la vente des denrées alimentaires. L'étude d'une telle question peut être envisagée de trois façons passablement différentes. Il s'agit, pour l'une, de calculer et d'expliquer les indices généraux du pouvoir du monopole; l'autre étudie l'état de monopole existant dans certaines industries particulières et la troisième décrit les méthodes monopolisantes. Dans l'enquête faisant l'objet du présent rapport, c'est le premier de ces aspects qui a été considéré et la concentration dans les diverses entreprises d'alimentation a été regardée par nous comme une indication, en général, de l'existence en puissance d'un monopole.

La concentration, considérée du point de vue de l'importance d'une maison de commerce par rapport à celle d'une industrie, peut être mesurée selon les ventes, l'actif ou la main-d'oeuvre employée; une haute corrélation serait censée exister entre ces différentes mesures pourvu que les établissements soient de structure semblable.

Alors que la concentration est l'indice de monopole le plus souvent utilisé, elle présente les désavantages suivants qui nuisent à la corrélation avec un indice idéal. 1) Le monopole ne peut exister sans une haute concentration, mais celle-ci peut se manifester sans qu'un pouvoir monopolisant se fasse toujours sentir. Il peut n'y avoir qu'une entreprise dans une certaine industrie mais si elle craint l'entrée d'autres sociétés sur le marché, la concurrence des importations ou des difficultés en matières de relations extérieures, il est possible qu'elle ne puisse imposer ses normes et réglementer la production. 2) L'indice de concentration a quelques rapports avec la définition de l'industrie comprise dans l'indice. Par exemple, un établissement a le monopole de sa marque de café mais non du café en général: la question qui se pose alors est de savoir quel est le nombre des produits de substitution, ceux-ci déterminant dans une large mesure les fluctuations de la courbe de la demande. Si cette dernière fluctue beaucoup à cause de produits de substitution très ressemblants, le pouvoir de monopolisation ne peut être très grand. 3) Il existe un certain rapport entre l'indice de concentration et la région comprise dans la définition. Par exemple, le pourcentage des ventes d'articles d'épicerie par la maison Loblaw est considérable en Ontario, nul dans les Maritimes et faible dans tout le Canada. Il est clair qu'un indice de concentration à l'égard des ventes de Loblaw pour le Canada tout entier sous-estimerait le pouvoir de monopolisation de cette société en Ontario et le surestimerait dans les Maritimes. Il peut être répondu à cette objection que l'indice de concentration devrait se limiter aux régions dans lesquelles se font les ventes de l'entreprise; mais, comme il s'agit ici d'une sélection partielle des régions où existe la plus forte concentration, le degré de monopolisation s'en trouverait exagéré. Poussé à l'extrême, cela voudrait dire que chaque épicerie indépendante d'une localité quelconque a le monopole de certaines ventes. La mesure exacte de concentra-

tion naturellement, n'est possible que dans le cas d'un marché donné mais les marchés ne sont pas toujours distincts les uns des autres.

4) La plupart des entreprises fabriquent plus d'un produit. Lorsqu'il est question de chiffres collectifs, un indice de concentration peut indiquer qu'une entreprise ou quelques-unes d'elles n'ont été responsables que d'un faible pourcentage du total des ventes mais qu'elles détiennent une part importante du marché à l'égard d'un produit particulier. (Ce point se rattache au précédent quant à la définition d'une industrie.)

5) Une concurrence accrue peut provenir d'une plus forte concentration. Il est facile d'imaginer certaines industries où dominent une seule entreprise et quelques maisons indépendantes. L'établissement de celles-ci peut augmenter l'esprit de concurrence en même temps que faire monter l'indice de concentration. 6) L'indice de concentration peut être plus directement en corrélation avec l'importance maximum des entreprises (ou usines) qu'avec le degré de monopole¹.

En dépit de ces objections l'indice de concentration aide souvent de façon fort utile à découvrir l'existence en puissance de monopoles.

1. Définition de la concentration

a) Concentration à trois échelons

Il est possible de mesurer la concentration de la puissance économique à trois échelons principaux, lesquels correspondent aux trois différents échelons de l'organisation commerciale. Ce sont l'usine, la société mère et le groupe de capitalistes intéressés².

A l'échelon de l'usine il est question de l'unité technologique; la mesure de la concentration à ce niveau est simple tant à cause de la facilité avec laquelle il est possible d'obtenir des données du Recensement des manufactures qu'à cause du fait que les usines dans toute industrie donnée sont susceptibles de produire un assortiment semblable d'articles. Pour ce qui est de la société mère, c'est une unité qui détient des droits de propriété; la mesure de la concentration à ce niveau est difficile parce que les données ne sont pas toujours disponibles sous forme appropriée et parce que les sociétés mères fabriquent souvent de vastes séries de produits non censées correspondre exactement avec ceux que produisent d'autres sociétés semblables. Sur le plan des capitalistes intéressés il s'agit de "communautés d'intérêt" réunies généralement en un groupe familial ou en un organisme d'investissement; on ne connaît presque rien de ce niveau de concentration à cause de la difficulté de trouver un indice significatif et d'obtenir des données. Des

1 Ce n'est pas là une liste complète des limitations d'un indice de concentration comme mesure de monopole.

2 Un quatrième échelon, la filiale, est parfois ajouté à ce groupe, mais à cause de divers motifs il est moins important, certains des comptes de filiales étant fusionnés avec ceux des sociétés mères pour des raisons qui ne sauraient révéler les différences dans la puissance économique.

mesures qualitatives de concentration à cet échelon comportent habituellement une étude des directions interdépendantes, des affiliations ordinaires de banque et de fiducie, des titres de propriété d'actions et d'obligations et des affinités historiques.

La concentration sur le plan de l'usine est moins significative que celle à l'échelon de l'entreprise et celle-ci ne l'est pas autant que la concentration dans le groupe des capitalistes. La concentration à l'échelon de l'usine est la plus facile à mesurer alors que celle à l'égard des capitalistes est la plus difficile. Nous nous préoccupons surtout dans la présente étude de la domination des marchés par certaines industries particulières et, par conséquent, nous prenons ici le second échelon, soit celui des sociétés comme mesure de base de la concentration. Bien que les groupes de capitalistes intéressés ne fassent pas l'objet de la présente enquête, il y a au moins deux aspects à l'égard desquels certains renseignements sont disponibles. On peut obtenir des données sur les avoirs financiers des principales sociétés au moyen du Survey of Industrials du Financial Post et d'autres sources. Et il est possible de se renseigner sur le nombre des postes d'administrateurs occupés par des particuliers et sur ces entreprises elles-mêmes en consultant le Directory of Directorships du Financial Post.

b) Comment mesurer la concentration? par les ventes, par l'actif ou par la main-d'oeuvre?

Une fois établi le palier où mesurer la concentration, il y a la question de décider quelle est la mesure la plus significative de concentration. Devrait-elle se rapporter aux ventes, à la main-d'oeuvre ou à l'actif?

En principe ces mesures donneraient le même résultat si le rapport capital-main-d'oeuvre était le même pour toutes les entreprises dans une industrie donnée. Bien qu'il n'en soit pas toujours ainsi, l'erreur que ferait commettre une telle supposition ne serait apparemment pas très grave. Le choix réel tourne autour d'une autre question, -- la suffisance et la signification des données existantes. En mesurant la concentration on cherche ordinairement à décrire l'étendue d'un certain marché dominé par une société. La mesure la plus directe est donc celle qui évalue la production ou les ventes d'une entreprise par rapport à la production ou aux ventes de l'industrie. Mais il a parfois été prétendu qu'une façon plus exacte de mesurer la part du marché était d'acquérir des données sur l'actif ou le degré d'emploi dans une entreprise par rapport à ceux de l'ensemble. La raison en est que certains des grands établissements sont intégrés à un degré supérieur à celui des maisons moins importantes et que les ventes entre firmes ne figurent pas dans celles des grandes sociétés consolidées. Pour autant que cela soit juste, l'indice de concentration fondé sur les données de vente sous-estimerait le véritable degré de concentration. À ce facteur il faut opposer ce qui peut représenter encore un plus grand désavantage, soit une estimation établie d'après l'actif ou le nombre des employés, laquelle influe sur le degré de concentration de façon souvent imprévisible. Les grandes sociétés s'engagent fréquemment dans des genres d'affaires ne correspondant pas à la définition donnée de l'industrie. Il faut placer les sociétés dans les groupements industriels où s'exer-

ce le gros de leur activité. Fondée sur l'actif consolidé ou la main-d'oeuvre, la concentration serait surestimée dans le cas de ces industries. Par contre, les chiffres de ventes sont souvent donnés à propos de produits spécifiés de sorte que la part exacte du marché peut être déterminée, sous réserve de ce qui a déjà¹ été mentionné au sujet de l'intégration.

2. Concentration au Canada et aux États-Unis des industries de produits alimentaires

a) Canada

Sources des données

Les données de base proviennent de documents préparés à l'intention de la Commission par le Bureau fédéral de la statistique; elles se rapportent aux années 1948 et 1956. La classification de l'importance se fait d'après le nombre des employés². Dans quelques cas il a été possible d'obtenir des renseignements pour 1933 dans l'ouvrage de Reynolds, Control of Competition in Canada.

Coéfficients cumulatifs de concentration, 1948 et 1956

Le tableau 1 fait voir les coefficients cumulatifs de concentration de seize industries adonnées à la fabrication des produits alimentaires. Le tableau ne donne que quelques chiffres certains. Par exemple, pour ce qui est de la totalité des ventes de biscuits et de craquelins en 1956 nous savons que quatre établissements y ont contribué pour 69 p. 100, sept pour 79 p. 100, 11 pour 89 p. 100 et 17 pour 94 p. 100. Les données intermédiaires ne sont pas exactement connues.

Il n'est pas possible d'affirmer catégoriquement que la concentration dans une certaine industrie était plus élevée que dans une autre. En d'autres mots nous pourrions conclure, si nous prenions le

1 Mais il n'est pas toujours facile de trouver des données statistiques comparables. Faut-il mesurer les ventes d'après les expéditions par produit ou par industrie? Faut-il que les expéditions se fassent franco ou c.a.f.?

2 Peut-être pourrait-on objecter que si un indice de concentration de ventes est employé, la classification de l'importance devrait se faire d'après les ventes; il est possible que quelques erreurs soient commises si les plus grands établissements quant à la main-d'oeuvre ne sont pas également les plus importants quant aux ventes. Cette erreur toutefois, ne serait probablement pas grave. De toute façon, elle ne pourrait être évitée en utilisant un indice de concentration de main-d'oeuvre. Ce dernier mesurerait la concentration de main-d'oeuvre plus exactement que ne le ferait un indice de concentration de ventes à l'égard des ventes; mais le but visé par l'indice de concentration de main-d'oeuvre est de mesurer la part du marché et dans le cas demandé il le ferait de façon moins exacte que celui des ventes.

pourcentage de la production des quatre plus grands établissements que la concentration dans l'industrie de la salaison a été plus forte que dans celle des biscuits et des craquelins; pourtant, si nous considérons le pourcentage de la production représentant la contribution des onze plus grands établissements, nous en arrivons à une conclusion contraire. La même limitation s'applique à l'égard d'un indice calculé d'après le nombre d'entreprises requises pour contribuer pour un tel pourcentage à la production industrielle. (Comparons par exemple les fabriques d'huile végétale et celles de fromage refait.) Ce n'est pas à dire, toutefois, qu'un indice de concentration donné n'a aucune signification; il faut simplement l'interpréter avec prudence. Utilisant le pourcentage de production de quatre établissements comme indice, l'ordre de concentration est à peu près le suivant. Les industries où existe la plus forte concentration figurent en premier. (Elles sont mentionnées dans le même ordre au tableau 1.)

Aliments préparés pour petit déjeuner
 Fromage refait
 Sucre
 Farine
 Huiles et graisses animales
 Préparation de la viande
 Biscuits et craquelins
 Lait condensé
 Huiles végétales
 Saucisse et boyaux à saucisse
 Fruits et légumes
 "Autres" produits laitiers
 Pain et autres produits des boulangeries
 Poisson en conserve et saumuré
 Beurre et fromage
 Macaroni (classement incertain)

D'après les données figurant au tableau 1, nous pouvons constater que la concentration des industries de produits alimentaires au Canada a augmenté de 1948 à 1956. Nous en venons à cette conclusion après avoir comparé le nombre des ventes enregistrées au compte des quatre et des huit plus grands établissements au cours de chacune des deux années. Il a été nécessaire de faire une interpolation afin d'obtenir les parts estimatives des quatre et des huit plus importantes entreprises lorsqu'elles n'étaient pas données. La concentration dans certaines industries a augmenté; dans quelques-unes elle est demeurée la même et dans d'autres elle a diminué. Enumérées par ordre de la plus grande augmentation de concentration à la plus forte baisse de concentration les industries figurent comme il suit:¹

1 Des 16 industries mentionnées au tableau 1, deux sont omises ici: celles des saucisses et des boyaux à saucisses, ainsi que du macaroni.

Farine)	Augmentation
Huiles végétales)	(5 p. 100 ou plus)
Fromage refait)	
Biscuits et craquelins)	
Beurre et fromage)	Augmentation
Lait condensé)	(moins de 5 p. 100)
Préparation de la viande)	
Poisson en conserve et saumuré))	
"Autres" produits laitiers)	
Pain et autres produits des boulangeries)	Changement de peu
Sucre)	d'importance
Fruits et légumes)	
Aliments préparés pour petit déjeuner)	Diminution
Huiles et graisses animales)	

La méthode d'interpolation, le niveau d'agrégation prévu dans la définition de l'industrie, et la dépendance vis-à-vis de l'indice de concentration employé ne permettent pas de prêter aux changements signalés plus qu'une exactitude à 5 p. 100 près. Selon cette hypothèse, la certitude ne serait possible que dans le cas de cinq industries. La concentration dans les industries de la farine, des huiles végétales et du fromage refait a augmenté alors qu'elle a diminué dans celle des aliments pour petit déjeuner, des huiles et des graisses animales. À tout prendre, un plus grand nombre d'industries accusaient une plus forte concentration en 1948 qu'en 1956.

b) États-Unis

En établissant une comparaison avec les États-Unis, il est souvent plus facile d'expliquer les changements dans la concentration au Canada. Si la concentration fait voir les mêmes tendances, on peut présumer que des forces semblables étaient en action dans les deux pays. La concentration dans les industries des denrées alimentaires s'est-elle accrue aux États-Unis?

(i) Source des données

Les renseignements sur la concentration sont beaucoup plus à point aux États-Unis qu'au Canada. Le rapport du Kefauver-Sub-Committee on Anti-Trust and Monopoly, Concentration in American Industry, 1957, a représenté la principale source des données.

(ii) Changements dans la concentration des industries américaines de produits alimentaires, 1947-1954

Une étude a porté sur quatre des plus importantes entreprises et huit des plus grands établissements dans trente-six groupes de l'industrie des produits alimentaires dont la participation au marché s'est modifiée. Aucune conclusion frappante et précise n'est résultée de la

TABLEAU 1. POURCENTAGE CUMULATIF DE LA PRODUCTION DOMINEE PAR CERTAINES
ENTREPRISES AU CANADA, 1948 ET 1956

Groupe industriel	Nombre d'entreprises						Total
	1-5	6-10	11-15	16-20	21-25	25-30	
	Pourcentage (Le nombre d'entreprises entre parenthèses)						
Aliments pour petit déjeuner							
1948	92(3)						100(19)
1956	87(3)	96(7)					100(16)
Fromage refait							
1948	81(5)		97(12)				100(19)
1956	88(4)	94(7)					100(17)
Sucre							
1933							100(5)
1948	73(3)	99(6)					100(7)
1954	75(3)	97(6)					100(7)
1956							100(7)
Farine							
1948	32(3)	74(9)	80(14)				100(156)
1956	80(4)	90(8)			97(23)		100(59)
Huiles et graisses animales							
1948	86(3)	95(6)					100(9)
1956	65(3)	86(6)					100(16)
Préparation de la viande							
1933	85(2)						
1948	70(5)		80(13)		86(22)		100(120)
1956	71(4)		81(12)		89(23)		100(126)

TABLEAU 1. POURCENTAGE CUMULATIF DE LA PRODUCTION DOMINÉE PAR CERTAINES ENTREPRISES
AU CANADA, 1948 ET 1956 (suite)

Groupe industriel	Nombre d'entreprises						Total
	1-5	6-10	11-15	16-20	21-25	25-30	
	Pourcentage (Le nombre d'entreprises entre parenthèses)						
Biscuits et craquelins							
1948		76(7)	88(13)		96(21)	99(30)	100(41)
1956	69(4)	79(7)	89(11)	94(17)		99(29)	100(34)
Lait condensé							
1948		62(6)	79(12)		97(23)		100(30)
1956	59(4)	79(9)		37(16)	98(21)		100(25)
Huiles végétales							
1948	51(4)						100(12)
1956	45(3)	88(6)					100(10)
Saucisse et boyaux à saucisse							
1948			59(14)			80(26)	100(70)
1956	38(3)	53(7)					100(101)
Fruits et légumes							
1933	83(2)						
1948	41(3)	51(8)					100(378)
1956	43(4)		59(12)				100(340)
"Autres" produits laitiers							
1948	33(4)		71(13)				100(80)
1956	30(3)			82(16)			100(50)

TABLEAU 1. POURCENTAGE CUMULATIF DE LA PRODUCTION DOMINÉE PAR CERTAINES
ENTREPRISES AU CANADA, 1948 ET 1956 (fin)

Groupe industriel	Nombre d'entreprises						Total
	1-5	6-10	11-15	16-20	21-25	25-30	
Pourcentage (Le nombre d'entreprises entre parenthèses)							
Fain et autres produits des boulangeries							
1948	33(5)	42(8)		52(17)		56(29)	100(2,748)
1956		37(6)		54(18)			100(2,481)
Poisson en conserve et saumuré							
1948		37(6)		67(19)			100(527)
1956	32(4)		54(11)		68(30)		100(414)
Beurre et fromage							
1948	13(2)	21(7)	24(11)			32(30)	100(1,848)
1956	22(5)					45(30)	100(1,183)
Macaroni							
1948							100(14)
1956							100(15)

comparaison, mais il a semblé, pour autant que nous sachions, qu'à tout prendre la concentration avait légèrement augmenté.

c) Concentration au Canada et aux États-Unis

Une comparaison est ensuite établie entre la concentration des industries des produits alimentaires au Canada en 1956 et celle qui existait aux États-Unis en 1954. Les données (tableau 2) révèlent clairement que la concentration dans les fabriques de produits alimentaires est plus forte au Canada qu'aux États-Unis¹. C'est la tendance que manifestèrent en général toutes les industries dont fait mention Rosenbluth dans l'étude pour l'année 1948 intitulée Concentration in Canadian Manufacturing Industries. La raison la plus plausible de ce plus haut degré de concentration qui existe au Canada c'est qu'à cause de similarités technologiques, l'entreprise idéale en importance est la même au Canada qu'aux États-Unis, mais que le marché canadien ne représente ordinairement que le dixième de celui du pays voisin. Il s'ensuit nécessairement qu'en mettant en parallèle les maisons d'importance idéale du Canada et des États-Unis, le pourcentage de participation de chacune d'elles au total des ventes doit être plus élevé au Canada qu'aux États-Unis.

TABLEAU 2. COMPARAISON ENTRE LES COEFFICIENTS DE CONCENTRATION AU CANADA (1956) ET AUX ÉTATS-UNIS (1954)

Groupe industriel (Canada)	4 plus grandes entreprises		8 plus grande entreprises	
	Canada	États-Unis	Canada	États-Unis
	(pourcentage)			
Préparation de la viande	71	39	76	51
Poisson mise en conserve et saumuré	32	51	45	62
Beurre et fromage	19	16 ^a 25 ^b	26	24 ^a 30 ^b
Lait condensé	59	55	75	68
Farine				
Aliments pour petit déjeuner	80	40	90	52
Biscuits et craquelins	69	71	82	77
Pain et autres produits des boulangeries	27	20	41	31
Sucre	86	67	100	86
Huile végétale	60	55	94	80

a Beurre

b Fromage naturel

1 Parce que les définitions d'industries diffèrent, il est risqué de tirer des conclusions à l'endroit d'industries particulières.

3. Concentration du commerce de détail

a) Méthode différente

L'enquête menée jusqu'ici au sujet de la concentration visait uniquement les industries manufacturières et il n'était question que de denrées ou de groupes de denrées. Une des limitations de ce genre d'étude c'est que les entreprises doivent être classées dans un certain groupe de denrées même si elles fabriquent un grand nombre de produits. En d'autres mots, une telle étude ne peut pas toujours rendre justice à l'exactitude pour ce qui est des fabriques de multiples produits. Une telle limitation exerce parfois une grande influence dans le cas des établissements manufacturiers, mais en général le degré de spécialisation est assez élevé. Toutefois, presque toutes les grandes maisons de détail vendent des produits appartenant à plusieurs groupes et les chiffres relatifs à la concentration des ventes de denrées particulières ne signifieraient pas grand-chose. Une autre façon de procéder s'impose donc lorsqu'il s'agit d'établissements de détail, surtout d'établissements engagés dans le commerce des produits alimentaires.

Au lieu de considérer les établissements comme des vendeurs d'une grande variété de produits individuels, il devient nécessaire de les envisager à titre d'unité de sélection. En d'autres mots, si l'on considère la participation d'entreprises différentes à certains marchés donnés, l'attention se porte sur la part de ventes revenant à toutes les entreprises d'un même genre que dominent un ou quelques organismes particuliers.

b) Importance des chaînes de magasins¹

Un des phénomènes les plus remarquables qui ont caractérisé l'industrie des produits alimentaires au cours des dernières années a été l'augmentation rapide des ventes des chaînes de magasins constituées en sociétés. Les chiffres se rapportant particulièrement à cette évolution sont donnés au tableau 3.

(i) Importance accrue des chaînes de magasins

Les ventes des chaînes de magasins proportionnellement au total des ventes au détail des produits alimentaires, qui étaient de 29.5 p. 100 en 1930, ont augmenté à 44.0 p. 100 en 1958. L'importance relative de ces ventes ayant baissé au cours des années de guerre, l'augmentation avait été d'autant plus remarquable, relativement parlant, après 1946, alors que ces établissements n'avaient réalisé que 23.8 p. 100 des ventes.

1 Selon la définition du Recensement de la distribution de 1951, et de rapports subséquents du Bureau fédéral de la statistique une chaîne de magasins de détail est "une entreprise exploitant au moins quatre magasins de détail dont les genres de commerce sont semblables ou apparentés et qui appartiennent au même propriétaire." Nous désignerons ce genre d'entreprise sous le nom de chaîne constituée en société afin de la différencier du "magasin syndiqué".

TABLEAU 3. COMPARAISON ENTRE LES VENTES DES ÉPICERIES ET ÉPICERIES-BOUCHERIES AYANT LE STATUT DE MAGASINS INDÉPENDANTS ET CELLES DES MÊMES ÉTABLISSEMENTS APPARTENANT AUX CHAINES DE MAGASINS

Année	Magasins indépendants		Chaines de magasins		Total
	Montant (milliers de dollars)	Pour-cent du total	Montant (milliers de dollars)	Pour-cent du total	
1930	285,905	70.5	119,499	29.5	405,404
31	243,589	67.5	117,284	32.5	360,873
32	211,206	66.9	104,619	33.1	315,825
33	218,459	68.8	98,862	31.2	317,321
34	215,669	68.1	100,875	31.9	316,544
35	225,113	68.9	101,418	31.1	326,531
36	245,098	69.5	107,346	30.5	352,444
37	281,571	70.8	116,390	29.2	397,961
38	279,111	70.5	116,850	29.5	395,961
39	280,011	69.3	123,826	30.7	403,837
1940	328,532	70.0	140,806	30.0	469,338
41	395,062	69.6	172,317	30.4	567,379
42	475,366	71.6	188,116	28.4	663,482
43	527,644	74.6	179,833	25.4	707,477
44	569,519	74.1	198,811	25.9	768,330
45	635,636	74.9	212,892	25.1	848,528
46	761,739	76.2	237,677	23.8	999,416
47	873,924	74.3	301,796	25.7	1,175,720
48	980,456	71.7	387,137	28.3	1,367,593
49	1,040,452	70.6	433,950	29.4	1,474,402
1950	1,110,060	68.7	504,579	31.3	1,614,639
51	1,291,877	67.8	612,731	32.2	1,904,608
52	1,338,683	65.6	702,105	34.4	2,040,788
53	1,359,340	63.7	773,220	36.3	2,132,560
54	1,415,980	62.1	863,422	37.9	2,279,402
55	1,466,748	60.4	962,833	39.6	2,429,581
56	1,542,648	58.5	1,096,330	41.5	2,638,978
57	1,641,504	57.1	1,231,251	42.9	2,872,755
58	1,731,204	56.0	1,362,389	44.0	3,093,593

(ii) Nombre moindre des chaînes de magasins

En dépit de la part accrue des chaînes constituées en sociétés dans le total des ventes, leur nombre a baissé en 1951 à près de la moitié de celui de 1930 alors que le nombre des magasins indépendants a augmenté de plus de 60 p. 100. Les changements survenus dans le nombre d'unités sont indiqués au tableau 4.

(iii) Importance plus grande de l'unité de la chaîne de magasins

Cette importance grandissante malgré le nombre réduit de ces établissements s'explique par le plus gros volume de ventes réalisé par chaque magasin. En 1930, le chiffre d'affaires du magasin appartenant à une chaîne s'élevait, en moyenne, à \$60,000 par année tandis qu'en 1958, il avait atteint \$946,000. Indépendamment de l'influence exercée par la hausse des prix, une telle augmentation dans les ventes par unité montre le rôle de plus en plus prépondérant que joue l'épicerie géante (supermarket). Une comparaison par unité des ventes des chaînes et des magasins indépendants est fait au tableau 4.

(iv) Importance des ventes des chaînes de magasins par province

Près de 75 p. 100 de toutes les ventes des chaînes en 1958 ont été réalisés en Ontario et dans le Québec, l'Ontario en ayant lui-même à son compte 53 p. 100. La distribution des ventes des chaînes par province s'est établie en 1958 comme il est indiqué au tableau 5.

Cette concentration des ventes par les chaînes constituées en sociétés dans les provinces centrales était due tant au nombre accru de magasins qu'à l'augmentation des ventes de chaque unité. Du point de vue de la dimension, les chaînes dans les provinces du centre étaient près du double de la moyenne de celles des autres provinces, comme l'indique le tableau 5, qui donne la moyenne des ventes en 1958 par magasin et par province.

Il faut s'attendre naturellement que les provinces centrales l'emporteront dans le total des ventes des chaînes à cause de la concentration de la population et des revenus à ces endroits. Néanmoins, la proportion des ventes des chaînes de magasins par rapport au total établi pour les épiceries et épiceries-boucheries a été plus élevée en Ontario que dans les autres provinces. En 1958, 59 p. 100 du total des ventes en Ontario ont été réalisés par les chaînes tandis que la plupart des autres provinces accusaient un chiffre au-dessous de la moyenne pour le Canada tout entier, soit 44.0 p. 100. Le pourcentage s'appliquant à chacune des régions est donné au tableau 6.

c) Concentration des ventes des chaînes de magasins

(i) Définition et importance

Il est possible de mesurer la concentration soit sous le rapport de la part de chacune des chaînes dans les ventes totales des établissements de ce genre, soit en tenant compte des parts de tous les magasins indépendants et des chaînes dans les ventes. Ce qui doit ser-

TABLEAU 4. ÉPICERIES ET ÉPICERIES-BOUCHERIES - 1930, 1941, 1951
COMPARAISON ENTRE LES MAGASINS INDÉPENDANTS ET LES CHÂÎNES

Année	Nombre de magasins		Ventes		Moyenne des ventes par magasin	
	Succursales de chaînes	indépendants	Succursales de chaînes (milliers de dollars)	indépendants (milliers de dollars)	Succursales de chaînes (milliers de dollars)	indépendants (milliers de dollars)
1930	2,004	21,324	119,499	285,905	59.6	13.4
1941	1,526	26,459	172,317	395,061	1112.9	14.9
1951	1,141	33,250	612,731	1,291,877	537.0	38.9
1958	1,447	-	1,368,883 ^a	-	946.0	-

a Ce chiffre de vente provient d'une révision plus récente des estimations figurant au tableau 3.

TABLEAU 5. VENTES DES CHÂÎNES^a, TOTAUX PAR RÉGION ET VENTES PAR MAGASIN, 1958

Région	Ventes (milliers de dollars)	Proportion par rapport à tout le Canada (%)	Nombre de magasins (maximum) (nombre)	Moyenne des ventes par magasin (milliers de dollars)
Province de l'Atlantique	62,843.8	4.6	99	634.8
Québec	278,411.1	20.3	246	1,131.8
Ontario	728,733.1	53.2	645	1,129.8
Manitoba	47,816.2	3.5	78	613.0
Saskatchewan	34,374.5	2.5	80	429.7
Alberta	87,875.5	6.4	120	732.3
Colombie-Britannique	128,828.6	9.4	179	719.7
Canada	1,368,982.8	100.0	1,447	946.0

a Ces chiffres de vente proviennent d'une révision plus récente des estimations figurant au tableau 3.

vir de critère dans le choix de l'une ou l'autre de ces mesures c'est le plus ou moins de facilité pour la clientèle d'encourager les chaînes ou les magasins indépendants. Dans un sens, cette facilité n'est pas bien grande. Les succursales de chaînes, surtout les épicerie géantes (supermarket), tenant en stock une plus grande variété d'articles que la plupart des magasins indépendants, les consommateurs paient pour la commodité en même temps que pour la marchandise. Deux autres facteurs au moins influencent la clientèle: l'esprit de loyauté et l'emplacement. Néanmoins, les consommateurs ne sont pas constamment disposés à payer un trop gros prix pour leur commodité et leur attachement à un établissement en particulier, de sorte qu'il y a une limite aux écarts de prix entre deux genres de magasins. Il est donc plus prudent de calculer les coefficients de concentration d'après les deux mesures précitées.

TABLEAU 6. PROPORTION DES VENTES PAR RÉGION DES ÉPICERIES ET DES ÉPICERIES-BOUCHERIES EFFECTUÉES PAR L'INTERMÉDIAIRE DES CHAINES EN 1958

Région	Proportion %
Provinces de l'Atlantique	22.2
Québec	32.2
Ontario	58.9
Manitoba	40.6
Saskatchewan	28.0
Alberta	44.0
Colombie-Britannique	46.4
CANADA	44.0

Le problème touchant la région à l'intérieur de laquelle il y a lieu de mesurer la concentration a déjà été étudié. Les cinq grandes chaînes ne font pas affaires partout au Canada. Dans la présente étude, toutefois, nous traitons des proportions au regard du Canada tout entier afin de respecter la compatibilité avec les autres données sur la concentration.

(ii) Les cinq grands

Le tableau 7 compare les ventes des cinq plus grandes chaînes de magasins d'alimentation constituées en sociétés au Canada avec celles de toutes les chaînes du même genre et avec toutes les ventes des épiceries et des épiceries-boucheries pour l'année 1957. Une très grande prudence s'impose dans l'acceptation de ces chiffres, même s'ils se rapprochent beaucoup de la concentration "véritable", la principale limitation étant l'importance des sous-marchés régionaux. Les chiffres de la concentration pour l'ensemble du Canada sous-estiment la concentration "véritable" dans certaines régions et la surestiment dans d'autres.

TABEAU 7. PROPORTION DES VENTES RÉALISÉE AU CANADA EN 1957
PAR LES CINQ PLUS GRANDES CHAÎNES DE MAGASINS CONS-
TITUÉES EN SOCIÉTÉS

Groupe	Ventes (millions de dollars)	Cinq plus grandes chaînes, en pour-cent du total %
Cinq plus grandes chaînes de magasins d'alimentation cons- tituées en sociétés ^a	1,084	-
Ventes totales des chaînes de magasins d'alimentation cons- tituées en sociétés	1,231	88
Ventes totales de toutes les épiceries et épiceries-bouche- ries	2,873	38

a Par ordre de ventes totales en 1957: Dominion, Loblaw, Safeway,
A & P et Steinberg's.

COMPARAISON DES NIVEAUX DE PRIX DES DENRÉES ALI-
MENTAIRES DANS LES PRINCIPALES VILLES DU CANADA

Les indices donnés au tableau ci-après ont été calculés par le Bureau fédéral de la statistique pour mesurer la différence qui existe entre les principales villes du Canada quant au niveau moyen des prix de détail des denrées alimentaires. Pour établir ces indices, on s'est fondé sur les prix relevés dans chaque ville et qu'on a pondérés d'après la moyenne des dépenses pour l'alimentation dans les villes, moyenne que l'on trouve dans le tableau des coefficients de pondération de l'Indice des prix à la consommation pour le Canada. Comme les dépenses pour les denrées alimentaires varient d'une ville à l'autre, il est impossible d'obtenir des calculs précis. On obtiendrait les résultats les plus approchants en utilisant, par exemple, les coefficients de Winnipeg et de Vancouver pour établir une comparaison entre ces deux villes, plutôt qu'en se servant de la moyenne des dépenses pour l'alimentation dans les villes. Cependant, on a calculé un certain nombre d'indices en utilisant les coefficients de chaque ville en particulier et les indices ainsi obtenus ne sont pas sensiblement différents des indices qu'on trouvera ci-après.

En plus du problème des coefficients, il faut aussi compter avec la difficulté d'obtenir pour les denrées des prix qui soient absolument identiques d'une ville à l'autre. Bien qu'on ait mis un très grand soin à éliminer les différences attribuables aux variations dans la qualité des articles évalués, il a été impossible d'éliminer ces variations. Il en est ainsi dans le cas du boeuf en particulier, vu que les catégories varient selon les villes, ce qui influe incontestablement sur les comparaisons.

Bien que ces indices aient été calculés sur les bases Toronto = 100 et Winnipeg = 100, le choix de Toronto ou de Winnipeg comme ville de base n'a pas de signification particulière. On aurait pu établir les indices en choisissant comme base n'importe laquelle des villes à l'étude.

INDICES DES PRIX DE DÉTAIL DES ALIMENTS PAR
VILLE, POUR LES ANNÉES 1956, 1957 ET 1958

	<u>Toronto = 100</u>		
	<u>1956</u>	<u>1957</u>	<u>1958</u>
Halifax	102	102	103
St-Jean (N.-B.)	104	104	103
Montréal	100	101	101
Ottawa	100	101	101
Winnipeg	103	102	103
Regina	106	106	107
Saskatoon	107	106	107
Calgary	104	103	104
Edmonton	103	103	103
Vancouver	107	107	107
	 <u>Winnipeg = 100</u>		
	<u>1956</u>	<u>1957</u>	<u>1958</u>
Halifax	99	100	99
St-Jean (N.-B.)	101	102	100
Montréal	98	99	98
Ottawa	97	99	98
Toronto	97	98	97
Regina	104	104	103
Saskatoon	105	104	104
Calgary	101	101	100
Edmonton	100	101	100
Vancouver	105	105	104

PRIX DES DENRÉES ALIMENTAIRES DANS LES MAGASINS
D'ALIMENTATION AU DÉTAIL- TORONTO ET VANCOUVER

Section I - Introduction

a) Buts et agencement de l'étude

La présente étude se fonde sur une analyse spéciale des prix de détail des produits alimentaires entreprise aux fins d'apporter réponse aux questions suivantes:

- (1) Les niveaux de prix des denrées alimentaires sont-ils en général, plus bas ou plus élevés dans une catégorie de magasin que dans une autre?
- (2) Les prix des denrées alimentaires varient-ils suivant le volume des ventes?
- (3) Les prix des denrées alimentaires diffèrent-ils selon que les magasins sont situés dans des régions à faible revenu ou dans des régions à fort revenu?
- (4) Les mêmes articles ont-ils tendance à se vendre aux mêmes prix dans tous les magasins d'alimentation d'un même secteur?
- (5) Les différences de prix des articles d'alimentation sont-elles attribuables aux différences de qualités et de classes?
- (6) Les magasins où les niveaux de prix sont élevés vendent-ils uniquement des produits de grande qualité?

Poursuivant l'analyse nécessaire pour trouver réponse aux questions ci-dessus, l'étude se divise en deux parties principales. La première, que traite la section II du présent rapport, a exigé un agencement des données de prix tel que les niveaux de prix en magasin puissent se rattacher à la catégorie du magasin, au volume des ventes et à la zone de revenu. Ces éléments sont mentionnés dans les trois premières questions formulées plus haut. Quant à la seconde partie de l'étude, dont les résultats figurent à la section III, elle comporte une analyse des prix des articles d'alimentation selon la catégorie du magasin. Le détail des sources de renseignements et des méthodes employées aux fins des sections II et III figure à la sous-section b) ci-après.

b) Sources de renseignements et façon de procéder

La section des prix du Bureau fédéral de la statistique recueille des données sur les prix de détail des denrées alimentaires dans diver-

ses villes du Canada. Les prix sont relevés régulièrement par les employés du Bureau Fédéral de la statistique le premier vendredi de chaque mois dans le cas des chaînes de magasins et au cours de la première semaine de chaque mois dans le cas des magasins indépendants. Les instructions données aux releveurs de prix comprennent une définition minutieuse de l'article et de sa qualité, ainsi que la nomenclature des magasins où les prix doivent être relevés. Les mêmes magasins sont visités chaque mois. Constituant un échantillon-témoin, ils sont choisis de manière à bien représenter l'état de l'offre au détail dans chaque ville, tant au point de vue de l'importance et de la catégorie du magasin qu'au point de vue de son emplacement. Le relevé des prix pour chaque magasin, à l'exception des succursales de chaînes permet l'identification de sa catégorie, de son emplacement et du volume de ses ventes.

Les prix relevés suivant la méthode décrite ci-haut ont servi de sources d'information pour la présente étude. Du fait que cette étude avait un caractère d'essai et que les ressources disponibles étaient restreintes, l'analyse a été bornée à deux périodes de temps, savoir les mois de mai et de juin 1958. Pour les mêmes raisons, l'analyse des différences de niveaux de prix entre magasins s'est limitée à deux villes seulement, Toronto et Vancouver. On a choisi ces deux grands centres urbains tout d'abord parce qu'en chacun d'eux d'importants faits nouveaux avaient surgi quant à la vente au détail des denrées alimentaires et, deuxièmement, parce qu'il s'agissait de deux villes nettement séparées du point de vue géographique.

L'échantillon-témoin employé comme source de données sur les prix pour la présente étude est restreint. Même si le Bureau de la statistique choisit l'échantillon aux fins précises de calculer l'indice des prix à la consommation, le bien-fondé de son emploi aux fins de la présente étude était appuyé par la constance relative que laissait voir la direction des changements mensuels des prix et, sous certaines réserves, l'analogie générale des niveaux de prix au cours des deux mois et dans les deux villes en cause.

L'exposé de méthodes qui suit renferme une description du mode d'identification et de classement des magasins de même qu'une justification de la méthode employée pour le calcul des niveaux moyens de prix dans les magasins. Le classement adopté à l'égard de la section II a également servi à l'analyse contenue dans la section III. Cependant, l'analyse des fluctuations de prix que donne la section III n'a été effectuée que dans le cas des magasins torontois; on a noté des différences dans le genre des articles d'alimentation. Ces différences sont précisées dans les derniers alinéas de la description des méthodes.

Pour ce qui est du classement des magasins, il s'est d'abord agi de grouper les magasins en chaînes constituées et en magasins indépendants. Les magasins d'alimentation syndiqués ont été comptés avec les magasins indépendants. Chaque magasin indépendant a été ensuite classé comme magasin d'auto-service et comme magasin à service au comptoir, puis classé selon le volume des ventes.

Dans les relevés du Bureau de la statistique, les succursales de chaînes ne sont identifiées que par leur bureau central dans la ville, et, par conséquent, on ne peut établir de relation entre leurs prix et la zone de revenu. Les prix en cours dans les chaînes de magasins n'ont donc pas servi à l'analyse des répercussions de l'importance et de la zone de revenu. De façon générale, les succursales de chaînes fonctionnent d'après un régime de prix fixés par leur bureau central, une liberté restreinte étant laissée aux gérants de succursales relativement à la détermination des prix des denrées périssables. Tous les magasins des chaînes constituées comportaient l'auto-service; on les a donc groupés comme établissements d'auto-service à fort volume de ventes.

Chaque magasin indépendant a été repéré sur la carte du recensement de la ville. Les caractéristiques de chaque emplacement ont été ensuite tirées des descriptions du recensement eu égard aux loyers et aux gains médians et à la proportion des habitations occupées par le propriétaire par rapport aux logis loués, et chacun a été désigné comme région à revenu élevé, à revenu moyen ou à faible revenu.

À ce stade, des différences assez frappantes ont surgi relativement aux villes. À Vancouver les zones où se trouvaient les magasins pouvaient facilement se classer par groupe de revenu. À Toronto les zones se sont révélées beaucoup plus hétérogènes quant aux groupes de revenu et, par conséquent, plus difficile à séparer en niveaux de revenu. Après le classement selon le revenu, les résultats ont été vérifiés auprès de personnes connaissant bien les villes en cause, et les descriptions ont été confirmées.

Les catégories suivantes ont été établies à l'égard des magasins indépendants et des magasins syndiqués groupés selon le genre et le volume de ventes:

<u>Catégorie de magasin</u>	<u>Superficie</u>
Marché géant	3,500 pieds carrés et plus
Grand établissement d'auto-service	2,500 à 3,499 pieds carrés
Auto-service	1,500 à 2,499 pieds carrés
Autres	Moins de 1,500 pieds carrés
<u>Volume des ventes</u>	<u>Volume en dollars</u>
Volume considérable	\$250,000 et plus
Volume moyen	\$100,000 à \$249,999
Volume faible	Moins de \$100,000

Les indices de niveaux de prix en magasin (fournis aux tableaux 5 a) à 8 b) inclusivement) ont été obtenus par la multiplication du prix de chaque article par le coefficient de pondération qui lui était attribué dans le groupe aliments de l'indice des prix à la consommation. L'ensemble de ces articles a ensuite été exprimé en indice comme "niveau de prix en magasin". Le calcul des indices repose sur les ensembles des articles dans les magasins à succursales de Toronto et de Vancouver en mai 1953 et en juin 1958. Ce calcul des niveaux

de prix en magasin a été fait séparément pour ce qui est de l'épicerie et des viandes. Ces dernières comprenaient les viandes fraîches ainsi que les viandes en conserve et la volaille, tandis que l'épicerie comprenait tous les autres articles d'alimentation y compris le saumon en conserve. Les prix du poisson frais ne sont pas entrés en ligne de compte dans l'analyse, en raison de très rares cotations signalées dans les rapports de prix.

La méthode de relevé explique la nécessité qu'il y avait de calculer et de présenter séparément les niveaux de prix en magasin quant aux articles d'épicerie et aux viandes. Les prix de la viande s'obtiennent du rayon des viandes des magasins à succursales et des épiceries-boucheries (les magasins indépendants vendant les articles d'épicerie et la viande) aussi bien que des étals où l'on vend surtout de la viande. Les prix des articles d'épicerie comprennent les prix obtenus des chaînes de magasins et des épiceries-boucheries de même que les prix obtenus des magasins d'alimentation dépourvus de boucherie. La séparation de l'épicerie et des viandes aux fins de la présente étude a donc permis d'établir des comparaisons entre les divers niveaux de prix des deux groupes d'articles dans le cas des magasins vendant les deux. Toutefois, on ne peut pas distinguer l'effet sur le niveau des prix dans le cas des magasins qui ne vendent qu'un seul groupe d'articles au regard des magasins de même catégorie et de même importance qui vendent les deux groupes.

L'analyse détaillée des prix des articles d'alimentation selon la catégorie et l'importance du magasin qui figure à la section III, s'est bornée aux cotations disponibles dans le cas des magasins de Toronto en mai et juin 1958. Même si on a puisé à la même source de données sur les prix, certains changements ont été apportés quant au choix des articles cotés. Dans la mesure où on a pu les identifier, l'analyse s'est limitée aux prix de denrées alimentaires tirées de matière première indigène. Des articles manifestement importés, comme le thé, le café, les oranges et les bananes, ont donc été exclus. Tout comme dans le cas de l'analyse exposée à la section II, on n'a pas pu, d'autre part, inclure le poisson frais et le poisson congelé en raison du nombre restreint de cotations disponibles. Cependant, il a été possible d'inclure les prix de quelques articles non compris dans le "niveau de prix en magasin", étant donné que certains articles d'alimentation tirés de matière première indigène sont cotés régulièrement dans les rapports mensuels du Bureau de la statistique bien qu'ils ne servent pas au calcul de l'indice des prix à la consommation. Par conséquent, on n'a pas tenu compte de ces prix dans le calcul des "prix moyens en magasin" (aucun coefficient de pondération n'existant) mais ils sont entrés en ligne de compte dans l'étude des prix des articles que renferme la section III.

Section II - Niveaux de prix selon la catégorie
et l'importance du magasin et selon
la zone de revenu

La répartition des magasins selon la zone de revenu, que les

méthodes décrites à la section I (façon de procéder) ont permis d'obtenir, fait l'objet des tableaux 1 et 2.

TABLEAU 1. MAGASINS D'ALIMENTATION VISITÉS EN MAI ET EN JUIN 1948, SELON LA CATÉGORIE, LE VOLUME DES VENTES ET LA ZONE DE REVENU, TORONTO

Catégorie de magasin	Volume des ventes	Zone de revenu				Total
		élevé	moyen	faible		
<u>Chaînes</u>						
						9
<u>Indépendants</u>						
Marché géant	Volume considérable	2	-	-		2
Auto-service	Volume considérable	3	-	-		3
	Volume moyen	1	2	1		4
	Volume faible	-	-	1		1
Autres	Volume faible	-	1	-		1
	Volume faible	-	-	2		2
Indépendants, Total		6	3	4		13

TABLEAU 2. MAGASINS D'ALIMENTATION VISITÉS EN MAI ET EN JUIN 1958, SELON LA CATÉGORIE, LE VOLUME DES VENTES ET LA ZONE DE REVENU, VANCOUVER

Catégorie de magasin	Volume des ventes	Zone de revenu				Total
		élevé	moyen	moyen	faible	
<u>Chaînes</u>						
						8
<u>Indépendants</u>						
Auto-service	Volume considérable	1	-	1	-	2
	Volume moyen	-	-	2	2	4
	Volume faible	2	1	-	1	4
Autres	Volume moyen	-	-	1	1	2
	Volume faible	-	2	3	1	6
Indépendants, Total		3	3	7	5	18

Le rapport entre les chaînes de magasins constituées et les magasins indépendants que contenait l'échantillon des prix était différent à Toronto, où 9 chaînes de magasins constituées et 13 magasins indépendants ont été visités, par rapport à Vancouver, où 8 chaînes de magasins constituées et 18 magasins indépendants ont été relevés. La répartition des magasins selon la catégorie et le volume des ventes a également différencié entre les deux villes. À Toronto, seulement 3 des 13 magasins indépendants ne comportaient pas l'auto-service, tandis qu'à Vancouver 8 des 18 magasins ne le comportaient pas. Seulement 3 magasins à faible volume de ventes ont été visités à Toronto, contre 10 à Vancouver.

Des différences entre les deux villes quant à la répartition de l'échantillon des prix en magasin se sont également révélées lorsqu'on a résumé les tableaux selon le volume de ventes seulement (tableaux 3 et 4).

TABLEAU 3. MAGASINS D'ALIMENTATION INDÉPENDANTS VISITÉS EN MAI ET EN JUIN 1958, SELON LE VOLUME DE VENTES ET LA ZONE DE REVENU, TORONTO

Volume des ventes	Zone de revenu			
	Elevé	Moyen	Faible	Total
Considérable	5	-	-	5
Moyen	1	3	1	5
Faible	-	-	3	3
Total	6	3	4	13

TABLEAU 4. MAGASINS D'ALIMENTATION INDÉPENDANTS VISITÉS EN MAI ET JUIN 1958, SELON LE VOLUME DE VENTES ET LA ZONE DE REVENU, VANCOUVER

Volume des ventes	Zone de revenu				Total
	Elevé		Faible		
	Elevé	moyen	moyen	Faible	
Considérable	1	-	1	-	2
Moyen	-	-	3	3	6
Faible	2	3	3	2	10
Total	3	3	7	5	18

À Toronto, il existait un rapport direct entre le volume des ventes et la zone de revenu. Tous les magasins réalisant un gros volume de ventes sont situés dans des zones de revenus élevés, ceux qui accusent un faible volume de ventes sont dans des zones de faibles revenus, et ceux dont le volume est moyen se trouvent surtout dans des zones où les revenus sont moyens. Il semble également exister un rapport direct entre le volume des ventes et le genre de magasins selon la définition établie pour les fins de la présente étude. Deux des magasins à gros volume de ventes étaient des marchés géants, et tous ceux dont les ventes accusaient un gros volume étaient des établissements à auto-service.

À Vancouver, la plupart des magasins indépendants étaient situés dans les zones de revenus faibles et moyens, et plus de la moitié des magasins interrogés sur leurs prix étaient des établissements à faible volume de ventes. La plupart des magasins situés dans des zones de revenus élevés ou de revenus élevés moyens accusaient un faible volume de ventes et étaient répartis également dans les zones de revenus.

Ces contrastes qui existent dans le genre de magasins, leur volume de ventes et leur emplacement, reflètent sans doute une différence marquée dans le mode de vente au détail qui prévaut dans ces deux villes. Cependant, à cause des caractéristiques qui ont été employées pour classer les zones suivant le revenu, les vieux quartiers d'habitation et les quartiers d'affaires des villes ont été désignés comme zones de faibles revenus. Toutefois, dans l'échantillon que l'on a pris à l'égard de la ville de Vancouver, il se trouvait un plus grand nombre de magasins d'alimentation dans le quartier des affaires. En établissant un rapport entre un magasin et le niveau de revenus de la localité, on présume implicitement que les gens ont tendance à faire leurs achats dans le quartier où ils demeurent. Cette hypothèse pourrait être modifiée considérablement si un grand nombre d'établissements de détail étaient concentrés dans un quartier d'affaires ou dans un centre commercial de banlieue. Quel que soit ce degré de concentration, le niveau de revenus du voisinage immédiat peut n'avoir que peu d'importance, voir aucune, dans l'établissement du niveau des prix au magasin. Non seulement il était intéressant de faire enquête sur cette différence qui existe dans le genre de magasins, le volume des ventes et l'emplacement de ces établissements à Toronto et à Vancouver, mais en comparant ces écarts, il est apparu très clairement qu'il était difficile de poursuivre pareille enquête en se basant sur l'échantillon restreint de magasins que fournit le Bureau fédéral de la Statistique. Encore une fois, nous voulons insister sur le fait que ce sondage n'a pas été conduit aux seules fins de cette étude. Il faudrait une étude sociologique aussi bien qu'économique d'une ville afin d'en définir les divers quartiers qui appartiennent aux différents niveaux de revenus; et il faudrait étudier davantage les ventes avant de décrire la zone dans laquelle un magasin ou un certain genre de magasin recrute sa clientèle.

Le niveau des prix, au magasin, des articles d'épicerie et de la viande était plus bas dans les chaînes de magasins que dans les magasins indépendants, à Toronto aussi bien qu'à Vancouver, durant ces deux mois (tableaux 5a) et 5b), et 7a) et 7b).

TABLEAU 5 (a). NIVEAU DES PRIX AU MAGASIN SELON LE GENRE ET L'IMPORTANCE DU MAGASIN, TORONTO, ARTICLES D'ÉPICERIE

(Le niveau moyen du prix de la chaîne de magasins en mai 1958 = 100 et en juin 1958 = 100)

Genre de magasin	Volume des ventes	Mai	Juin	Pourcentage du changement mai à juin ^b
Chaînes	Tous volumes	100.0	100.0	- 1.3
Indépendants	Tous volumes	104.8	105.7	- 0.4
Marchés géants	Volume considérable	101.7	103.5	+ 0.4
Auto-service	Tous volumes	104.3	105.3	- 0.4
	Volume considérable	102.6	104.8	+ 0.8
	Volume moyen	105.6	105.7	- 1.2
	Faible volume	a	a	-
Autres	Tous volumes	107.8	107.9	- 1.2
	Volume moyen	a	a	-
	Faible volume	107.8	108.3	- 0.8

a Un magasin seulement.

b Changement dans le niveau absolu du prix au magasin.

TABLEAU 5 (b). NIVEAU DES PRIX AU MAGASIN SELON LE GENRE ET L'IMPORTANCE DU MAGASIN, VANCOUVER, ARTICLES D'ÉPICERIE

(Le niveau moyen du prix de la chaîne de magasins en mai 1958 = 100 et en juin 1958 = 100)

Genre de magasin	Volume des ventes	Mai	Juin	Pourcentage du changement mai à juin
Chaînes	Tous volumes	100.0	100.0	- 3.1
Indépendants	Tous volumes	103.8	104.7	- 2.2
Marchés géants	Volume considérable	-	-	-
Auto-service	Tous volumes	103.8	104.7	- 2.2
	Volume considérable	101.9	102.3	- 2.6
	Volume moyen	103.8	104.7	- 2.2
	Faible volume	104.5	106.2	- 1.4
Autres	Tous volumes	103.4	103.9	- 2.6
	Volume moyen	100.4	101.2	- 2.3
	Faible volume	104.5	105.0	- 2.6

TABLEAU 6 (a). NIVEAU DES PRIX AU MAGASIN DANS LES MAGASINS INDÉPENDANTS, SELON LE VOLUME DES VENTES, TORONTO, ARTICLES D'ÉPICERIE

(Le prix moyen des chaînes de magasins en mai 1958 = 100 et en juin 1958 = 100)

Volume des ventes	Mai	Juin	Pourcentage du changement
Considérable	102.2	104.4	+ 0.8
Moyen	106.1	106.1	- 1.2
Faible	106.5	107.9	-

TABLEAU 6 (b). NIVEAU DES PRIX AU MAGASIN DANS LES MAGASINS INDÉPENDANTS, SELON LE VOLUME DES VENTES, VANCOUVER, ARTICLES D'ÉPICERIE

(Le prix moyen des chaînes de magasins en mai 1958 = 100 et en juin 1958 = 100)

Volume des ventes	Mai	Juin	Pourcentage du changement
Considérable	101.9	102.3	- 2.6
Moyen	102.6	103.5	- 2.2
Faible	104.5	105.4	- 2.2

TABLEAU 7 (a). NIVEAU DES PRIX AU MAGASIN, VOLUME DES VENTES, TORONTO, VIANDE

(Le prix moyen des chaînes de magasins en mai 1958 = 100 et en juin 1958 = 100)

Genre de magasin	Volume des ventes	Mai	Juin	Pourcentage du changement
Chaînes	Tous volumes	100.0	100.0	+ 2.3
Indépendants	Tous volumes	100.6	102.4	+ 4.1
Marchés géants	Volume considérable	105.7	105.9	+ 2.5
Auto-service	Tous volumes	102.6	103.6	+ 3.3
	Volume considérable	102.8	102.4	+ 1.9
	Volume moyen	103.6	105.4	+ 4.1
	Faible volume	a	a	-
Autres	Tous volumes	98.8	99.2	+ 2.8
	Volume moyen	a	a	-
	Faible volume	99.4	99.8	+ 2.8

a Un magasin seulement.

TABLEAU 7 (b). NIVEAU DU PRIX AU MAGASIN, SELON LE GENRE DE MAGASIN ET LE VOLUME DES VENTES, VANCOUVER, VIANDE

(Le prix moyen des chaînes de magasins en mai 1958 = 100 et en juin 1958 = 100)

Genre de magasin	Volume des ventes	Mai	Juin	Pourcentage du changement
Chaînes	Tous volumes	100.0	100.0	+ 4.1
Indépendants	Tous volumes	104.4	101.0	+ 0.7
Marchés géants	Volume considérable	a	a	-
Auto-service	Tous volumes	102.3	99.3	+ 1.0
	Volume considérable	a	a	-
	Volume moyen	103.3	100.1	+ 0.9
	Faible volume	100.6	96.8	+ 0.1
Autres	Tous volumes	104.9	101.6	+ 0.9
	Volume moyen	a	a	-
	Faible volume	105.0	101.9	+ 1.0

a Un magasin seulement.

TABLEAU 8 (a). NIVEAU DES PRIX AU MAGASIN DANS LES MAGASINS INDÉPENDANTS, SELON LE VOLUME DES VENTES, Toronto, VIANDE

(Le prix moyen des chaînes de magasins en mai 1958 = 100 et en juin 1958 = 100)

Volume des ventes	Mai	Juin	Pourcentage du changement
Considérable	104.0	103.8	+ 2.1
Moyen	101.1	103.0	+ 4.2
Faible	99.7	100.3	+ 2.9

TABLEAU 8 (b). NIVEAU DES PRIX AU MAGASIN DANS LES MAGASINS INDÉPENDANTS, SELON LE VOLUME DES VENTES, VANCOUVER, VIANDE

(Le prix moyen des chaînes de magasins en mai 1958 = 100 et en juin 1958 = 100)

Volume des ventes	Mai	Juin	Pourcentage du changement
Considérable	107.4	104.4	+ 1.1
Moyen	103.3	99.8	+ 0.6
Faible	104.2	101.0	+ 0.9

À Toronto, les succursales de chaînes et les magasins indépendants à fort volume de ventes ont accusé, dans l'épicerie, des niveaux de prix moins élevés que les petits magasins et ceux d'importance moyenne. À Vancouver, la différence entre les succursales de chaînes et les gros magasins indépendants était aussi considérable que celle qui existe entre les établissements indépendants à faible volume de ventes, d'une part, et ceux à gros et moyen volume de ventes, d'autre part.

Bien que le niveau des prix de la viande ait été moins élevé dans les succursales de chaînes que dans les magasins indépendants, dans ces derniers, il existait une différence considérable entre le niveau des prix de la viande et celui des articles d'épicerie. À Toronto, les marchés géants accusaient le niveau le plus élevé des prix de la viande, alors que c'est dans les magasins sans auto-service, à moyen et faible volume de ventes, que l'on retrouvait le niveau de prix le moins élevé, même plus bas que celui qui prévaut dans les chaînes de magasins à l'égard de la viande. À Vancouver, ce sont également les marchés géants à fort volume de ventes qui accusent le niveau des prix de vente le plus élevé, alors que l'on trouvait le niveau le plus bas dans les magasins auto-service à faible volume de ventes. Cette divergence est probablement attribuable à la différence de la qualité, particulièrement en ce qui concerne le boeuf et l'agneau.

Le dernier élément dans l'analyse du niveau des prix au magasin réside dans le rapport qui existe entre ce niveau et celui des revenus courants dans les zones où sont situés ces magasins. Sur ce point, l'enquête n'a fourni aucune preuve décisive concernant les variations du niveau des prix des magasins d'alimentation dans les diverses zones de revenus. À Toronto, le niveau des prix des magasins situés dans chaque zone de revenus était moindre dans les magasins à gros volume de ventes, et plus élevé dans ceux à faible volume. Parce que tous les magasins à fort volume de ventes étaient situés dans des zones de revenus élevés, ces dernières ont accusé le niveau de prix au magasin le plus bas. Par conséquent, à Toronto, le volume des ventes et le niveau des revenus ont fait voir qu'il existait un rapport décisif et constant entre les magasins à gros volume de ventes situés dans des zones à revenus élevés, et les magasins à faible volume de ventes situés dans des zones de faibles revenus. Durant ces deux mois, les niveaux des prix des magasins situés dans les zones de revenus moyens ont été plus élevés que ceux des établissements des zones à faibles revenus; cependant, la différence n'a pas été considérable. À Vancouver, également, il semble que l'emplacement des magasins à gros volume de ventes ait considérablement influé sur le niveau des prix dans les diverses zones de revenus. Les niveaux des prix les plus élevés ont été enregistrés dans la zone de revenus moyenne-élevée, laquelle ne comptait que des magasins à faible volume de ventes. En ce qui concerne les trois autres groupes de zones de revenus, les niveaux des prix au magasin n'ont, en général, accusé qu'une faible variation.

Section III - Prix des aliments selon le genre
et l'importance du magasin

À la section II, il a été démontré qu'il y a rapport entre le genre de magasin et le volume des ventes, d'une part, et le niveau général du prix des aliments dans un magasin de détail, d'autre part. Parce qu'on s'est servi uniquement du prix des produits alimentaires, il n'a pas été tenu compte de problèmes plus vastes tels que les conséquences qu'entraînerait la mise en vente dans les épiceries d'un assortiment et de variétés de produits plus considérables; on n'a pas non plus tenu compte de la différence qui existe dans les services qu'offrent les divers magasins. À même les données que nous possédions, il nous a été impossible de déterminer si les magasins qui écoulent les produits alimentaires à des prix plus bas que la moyenne y avaient été aidés par la vente de produits non alimentaires, et, vice versa, si les magasins d'alimentation dont les prix sont plus élevés offrent des services supplémentaires en même temps que les produits alimentaires qu'ils vendent.

En outre, la présente étude établit une comparaison entre les prix qu'exigeaient des magasins de genre similaire à l'égard du même produit dans une certaine zone de commerce.

Comme on l'a indiqué dans l'analyse précédente de la moyenne des prix au magasin, de nouveau les prix dans les chaînes de magasins avaient tendance à être plus bas que ceux des magasins indépendants. Des 53 articles qui ont été comparés à Toronto, seulement 18 au mois de mai et 17 au mois de juin 1958 étaient cotés, par les magasins indépendants, aux mêmes prix ou à des prix moindres que ceux des chaînes. De ces articles dont les prix étaient les mêmes ou plus bas dans les magasins indépendants, 13 étaient moins élevés au cours des deux mois. Les prix de 30 de ces produits étaient plus élevés dans les magasins indépendants en mai et en juin; sept l'étaient de 5 p. 100 ou plus durant ces deux mois, 15, de moins de 5 p. 100 durant cette même période, et le prix de sept était élevé de plus de 5 p. 100 au cours d'un mois et de moins de 5 p. 100 au cours de l'autre.

En comparant divers produits dans différents genres de magasins, il a été impossible d'établir clairement l'existence d'un régime défini de prix. Les pommes de terre étaient le seul produit alimentaire non traité parmi les 13 produits mentionnés ci-dessus et dont les prix n'ont pas varié ou ont baissé durant ces deux mois dans les magasins indépendants. Parmi les aliments transformés, on compte les suivants: lait évaporé, mélanges pour gâteaux, cornichons, saindoux, sardines et homard en boîtes, bacon, saucisses et saucisson de Bologne. La qualité attribuable aux marques et les goûts individuels ont peut-être influé sur la vente de ces produits; bien que l'on efforce d'obtenir les prix aussi exacts que possible, il est difficile de définir les catégories de produits, et même lorsque c'est faisable, on ne peut pas toujours obtenir le prix des produits de qualité correspondante. Ainsi, dans une certaine mesure, les prix courants inférieurs des produits à l'étude peuvent s'appliquer à des produits de qualité inférieure ou à des marques moins connues qui se vendent moins.

Parmi ces 13 produits, on en remarquait cependant quelques-

uns tels que les conserves de fruits et de légumes à l'égard desquels, pour expliquer l'inégalité du niveau des prix, on ne pouvait invoquer les variantes dans les qualités offertes à cause du relevé méticuleux des catégories pratiqué par ceux qui recueillaient les prix.

Trois des 13 produits mentionnés au paragraphe précédent, notamment le lait évaporé, les sardines et le homard en conserve, ont subi, ainsi que le lait, le beurre et le sucre, des variations de prix à la baisse dans les chaînes de magasins aussi bien que dans les magasins indépendants. Des mesures de contrôle ont réglementé le prix du lait et du beurre. Les faibles variations que l'on constate dans le prix du lait et du beurre peuvent être attribuées dans une certaine mesure aux offices de vente et aux régimes de prix minimums. Le prix du sucre et de la farine, deux denrées alimentaires produites par des industries où la concentration est relativement élevée, n'a guère varié, non seulement d'un magasin à l'autre, mais également entre les divers genres de magasins.

Des sept articles dont les prix étaient plus élevés de 5 p. 100 ou plus dans les magasins indépendants que dans les chaînes, durant ces deux mois, le classement et la qualité de trois étaient les mêmes dans tous les magasins, soit: le saumon rose, les pois congelés et les fèves congelées. Ni le fromage cheddar ni la viande hachée ne sont vendus par catégories au détail; par conséquent, les différences qui existent ici peuvent être attribuables à la qualité. En mai et en juin, on incluait sous "tomates fraîches" les tomates domestiques de serres-chaudes aussi bien que les tomates importées. Ainsi, pour le mois de juin, par exemple, le prix de cette denrée a varié de plus de 10 p. 100 dans les deux genres de magasins.

Les prix moyens de certaines viandes, telles la viande hachée, comme nous l'avons signalé ci-dessus, le bifteck de surlonge et de ronde et le rôti de côte de boeuf, étaient plus élevés dans les magasins indépendants. Il en était ainsi pour les côtelettes de porc et les rôtis d'épaule de porc. Cinq des 15 produits dont les prix, durant ces deux mois, ont augmenté de moins de 5 p. 100, étaient de qualité similaire. Ces produits sont les suivants: oeufs de catégorie A gros, saumon de sockeye, jus de tomate, tomates en conserve et framboise congelées.

Non seulement, en général, les prix des magasins indépendants étaient-ils plus élevés que ceux des chaînes, mais ils ont également accusé une variation plus considérable. Dans les magasins indépendants, les prix de tous les produits ont varié; dans les chaînes de magasins, près de 40 p. 100 des produits ont accusé des variations allant de zéro à moins de 5 p. 100, alors que seulement de 30 à 33 p. 100 des produits vendus dans les magasins indépendants accusaient une variation de prix inférieure à 5 p. 100. Au mois de mai, les prix de neuf produits, soit 17 p. 100 de ceux qui ont été cotés dans les chaînes de magasins, ont varié de 10 p. 100 ou plus, en comparaison de huit chez les établissements indépendants. Cependant, au mois de juin, il y eut des variations supérieures à 10 p. 100 dans le prix de 11 produits vendus dans les chaînes de magasins en comparaison de 15 dans les établissements indépendants.

Comme la présente analyse l'a démontré, les prix ont moins varié dans les chaînes de magasins que dans les magasins indépendants; cependant, cette variation est plus grave si l'on tient compte du niveau des prix de ces derniers. On a constaté que cette divergence existe entre divers magasins du même genre dont le niveau des prix au magasin est le même. Par contraste avec les similarités d'exploitation qui caractérisent les diverses chaînes, les magasins indépendants diffèrent grandement, en ce qui concerne la dimension de l'établissement et le volume des ventes, aussi bien que la distinction entre ceux qui ont l'auto-service et ceux qui ne l'ont pas. Il aurait été surprenant de constater, parmi le groupe hétérogène de magasins indépendants, la même uniformité de prix qui existe chez les succursales de chaînes, qui sont plus homogènes.

LES FRAIS DE TRANSPORT EN TANT QU'ÉLÉMENT DES
ÉCARTS DE PRIX DES DENRÉES ALIMENTAIRES

1. L'importance de l'augmentation des frais de transport

Tout d'abord, il est utile de montrer la nécessité de garder une distinction nette entre l'augmentation des taux de transport (ou des prix) qui accompagne (sans toutefois en être la principale cause) la hausse du prix des marchandises en général et l'augmentation des taux de transport qui contribue spécifiquement et directement à la hausse des prix. Dans le cas où tous les frais montent en même temps, l'autorité veillant à l'intérêt public peut indiquer un remède monétaire sans accorder d'attention particulière à l'industrie du transport. Dans l'autre cas où les prix montent directement, par l'effet de la pression exercée par l'industrie du transport, l'autorité pourra à juste titre se préoccuper de la structure des taux, de la concurrence parmi les divers modes de transport ou des problèmes d'administration ou de main-d'oeuvre, avec lesquels sont aux prises les plus importantes sociétés de transport.

Pendant les dix dernières années, les augmentations des frais de transport, à l'unité, pour les denrées alimentaires consommées au Canada (sans compter les exportations) ont dépassé les augmentations des prix de détail des produits alimentaires. Le tableau 1 rend l'idée plus explicite dans le cas des chemins de fer. Le niveau général des taux de transport ferroviaire en 1957 a été de près de 79 p. 100 plus élevé que pendant la dernière partie de 1949, cependant que l'indice des prix au consommateur, pour les denrées alimentaires, a été d'environ 17 p. 100 plus élevé. Le caractère marqué du contraste s'atténue si l'on se rend compte de certaines restrictions d'un indice des tarifs-marchandises généraux. En premier lieu, un indice général des tarifs ne tient pas compte de la proportion grandissante du transport qui se fait d'après des taux de concurrence et des taxes convenues arrêtées après entente entre les chemins de fer et les expéditeurs. Ces taux étant moins élevés, les augmentations effectives des tarifs ont été moindres qu'on ne pourrait le croire d'après l'indice fondé sur les augmentations "horizontales" ou générales accordées, de temps à autre, par la Commission des transports. Deuxièmement, un indice de ce genre ne tient pas compte de la nature changeante du trafic; il se peut que certaines marchandises pour lesquelles les taux de transport ferroviaire sont particulièrement élevés soient expédiées par d'autres moyens plus économiques ou encore qu'elles soient fabriquées à un endroit plus rapproché du marché auquel elles sont destinées, par suite des frais de transport allant toujours en augmentant. Troisièmement, un indice général ne tient pas compte des exceptions dans les augmentations générales. Les exceptions sont importantes dans le trafic des denrées alimentaires: il y a le grain de l'Ouest qui a été entièrement exempt des augmentations; et les pommes de terre qui en ont été partiellement exemptées. Finalement, un indice général des taux de transport ferroviaire ne s'applique pas uniquement aux denrées alimentaires, mais à d'autres produits également.

Les effets découlant du recours sans cesse accru aux taux de concurrence et de la nature changeante du trafic ferroviaire se reflètent mieux dans l'indice de la moyenne estimative des recettes des chemins de fer pour le transport d'une tonne de denrées alimentaire sur une distance d'un mille. Entre 1949 et 1957, la moyenne des recettes, par tonne-mille, du transport ferroviaire (tableau 1) a augmenté de 43 p. 100 par comparaison à une augmentation de 17 p. 100 dans l'indice des prix des denrées alimentaires pour le consommateur. La moyenne des recettes des chemins de fer par tonne de denrées alimentaires transportées (sans tenir compte de la distance) a augmenté encore davantage en passant de \$7.82 qu'elle était en 1949 à \$12.56 en 1957, soit 60.6 p. 100. Les recettes, par tonne, de marchandises transportées par camions semblent avoir monté au moins tout autant. En supposant que la quantité de marchandises ré-expédiées par chemin de fer, ce qui grossit la statistique du tonnage, soit approximativement la même pour les deux années, nous pouvons conclure que les frais de transport ferroviaire par tonne de denrées alimentaires produites et consommées au Canada ont augmenté beaucoup rapidement que les prix de détail des même denrées, en général¹.

Il existe trois raisons possibles pour la forte augmentation des frais de transport, par rapport aux prix des denrées alimentaires pour le consommateur.

1) La hausse générale des prix a contribué à l'augmentation des frais de transport. Si l'on avait cherché à empêcher le coût de la vie de monter en mettant des entraves au relèvement des tarifs-marchandises, la hausse se serait produite quand même à cause des déficits considérables des chemins de fer de l'État et des mesures d'économie prises par tous les chemins de fer et qui auraient défavorablement atteint le service ferroviaire. Les camionneurs auraient été forcés de faire la concurrence aux taux peu profitables exigés par les chemins de fer, et les services de camionnage auraient aussi subi des restrictions. L'inflation est une force à laquelle il était impossible de résister simplement en contenant les tarifs-marchandises des chemins de fer. A une époque de placements intensifs dans la mise en valeur des ressources, et de rareté de main-d'oeuvre, l'industrie du transport devait certainement faire face à des frais qui augmentaient et subir, de la part d'industries à progrès fort retentissants, une concurrence directe dans le domaine de l'embauchage et des achats. Une série d'augmentations des taux de transport ferroviaire dont le début a été marqué d'une hausse générale de 21 p. 100, devenue en vigueur le 8 avril 1948 (la première augmentation générale en l'espace de 27 ans), a été un effet de la pression des forces inflationnistes sur la position des chemins de fer en matière de prix de revient.

2) Une autre cause de l'augmentation des frais de transport a été le changement dans la nature du trafic. S'il y a eu un trafic plus intense concernant les produits comportant un taux élevé ou une augmentation de la moyenne du transport de tous les produits alimentaires ou une augmentation du trafic des marchandises transportées par des voituriers fournissant des services coûteux, mais aussi fort appréciables, peut-être, telles les compagnies d'aviation, alors, il y aurait

¹ D'ordinaire, les études portent sur la période s'étendant de 1949 à 1957 ou 1958. Voir la référence au volume I du rapport.

TABLEAU 1. COMPARAISON DES INDICES DES PRIX DE DÉTAIL LES DENRÉES ALIMENTAIRES D'ORIGINE DOMESTIQUE, DE LA MOYENNE DES RECETTES DES CHEMINS DE FER PAR TONNE-MILLE DE DENRÉES ALIMENTAIRE ET DES TARIFS-MARCHANDISES FERROVIAIRES, 1949 À 1957.

(1949 = 100)

Année	Prix des denrées alimentaires	Moyenne des recettes par tonne-mille	Taux de transport en chemin de fer ^a
1949	100.0	100.0	100.0
1950	101.4	118.1	114.6
1951	116.9	130.2	123.6
1952	116.4	122.4	137.4
1953	112.0	155.2	158.5
1954	110.4	144.8	161.0
1955	110.3	130.2	161.0
1956	111.1	137.1	166.7
1957	116.8	143.1	178.9

a Indices annuels calculés par pondération chronologique des variations intra-annuelles des tarifs applicables aux substances alimentaires brutes et aux produits alimentaires.

eu tendance vers l'augmentation des frais de transport par tonne-mille et par tonne.

3) Enfin, il se peut qu'il y ait eu des changements dans les normes des services fournis par tous les voituriers, de façon que l'augmentation des frais de transport soit vraiment attribuable à l'amélioration apportée aux services. Il y a eu tendance à cela. La vitesse moyenne des trains de marchandises a augmenté au cours des dix dernières années, les compagnies d'aviation ont offert le transport des marchandises par avion à plus d'endroits et des services tout à fait nouveaux ont surgi, tel le transport de remorques sur wagon plate-forme qui a été offert au public dès 1949. Il faut prendre en considération tous ces changements dans les services de transport, lorsqu'il s'agit d'apprécier l'augmentation des frais.

Des changements dans la nature du trafic peuvent amener une augmentation des frais de transport. Parfois l'expédition fréquente de petites quantités de marchandises à un coût plus élevé réduit les frais fixes d'inventaire du destinataire et aussi le total des frais, par comparaison à de grandes quantités expédiées plus rarement, ce qui oblige à garder des stocks plus considérables. Les services améliorés qu'offrent les voituriers sous la forme de transport plus rapide et de manutention plus soignée contribuent aussi à améliorer la qualité de la marchandise qu'achète le consommateur et à diminuer les frais causés par la perte et l'endommagement. L'expansion des grands centres urbains peut faire monter les frais de transport de façon remarquable, étant

donné que les produits de la terre doivent être apportés de plus loin pour satisfaire la demande d'un plus gros marché. Voilà autant de raisons sérieuses qui justifient l'augmentation du coût du transport. Il est difficile de mesurer ou de préciser les effets de ces innovations survenues depuis dix ans, mais en abordant la question des frais accrus de la commercialisation des produits alimentaires, le fait de tenir compte des innovations en question aidera à rendre le jugement plus sûr.

Le point de départ de la présente enquête est le prolongement des estimations de l'ensemble des frais de transport des denrées alimentaires au Canada. Les frais globaux du transport des denrées alimentaires canadiennes destinées à la consommation domestique sont estimés selon divers genres de voituriers, soit: camion, chemin de fer, avion et bateau. La mesure dans laquelle les voituriers se font effectivement concurrence est notée, puisque le fait de la concurrence peut aider à garder les frais de transport à un niveau peu élevé et à assurer l'efficacité du service des voituriers. La conclusion de la présente section est que la concurrence camion-chemin de fer a été importante et qu'elle a contribué dans une certaine mesure, à empêcher les frais de transport de devenir plus élevés. En outre, les changements dans la nature du trafic seront étudiés et cette partie de l'étude servira à montrer la nécessité d'obtenir certains renseignements additionnels sur la question. Enfin, quelques remarques seront faites concernant les renseignements statistiques qui aideront à déterminer les tendances dans l'efficacité du transport des denrées alimentaires.

2. Transport des produits alimentaires par camion, chemin de fer, avion et bateau.

En 1957, les Canadiens ont dépensé environ 245 millions de dollars pour le transport de denrées alimentaires produites et consommées au Canada (sans compter les exportations et les importations). En 1949, ils avaient dépensé 109 millions de dollars. L'augmentation de l'ensemble des frais, pendant les huit années, s'établit à une proportion de 125 p. 100. Le tableau 2 donne un résumé du total des frais du transport des denrées alimentaires par divers moyens de locomotion pendant les années allant de 1949 à 1957.

Ce sont encore les chemins de fer qui transportent la plus grande quantité de denrées alimentaires sur de longues distances. En 1957, toutefois, le volume de marchandises ainsi transportées, par tonne-mille, a été moins considérable qu'en 1949. Il est impossible d'avoir une idée très juste du trafic de camionnage et des recettes des camionneurs, quant au transport des denrées alimentaires produites et consommées au pays, en 1949. On estime qu'il y a eu une augmentation de près de 80 p. 100 en tonnes-milles des denrées alimentaires transportées en camions. Il se peut que ce soit assez erroné, étant donné que l'estimation s'appuie sur une hypothèse, mais il n'y a aucune raison de douter de la conclusion générale d'après laquelle une partie importante du trafic des denrées alimentaires est passée des chemins de fer aux camionneurs.

TABLEAU 2. TOTAL ESTIMATIF DES FRAIS DU TRANSPORT DES
DENRÉES ALIMENTAIRES PRODUITES ET CONSOMMÉES
AU PAYS, PAR GENRE DE VOITURIER, 1949 À 1957.

Année	Chemin de fer	Camion	Bateau	Avion	Total
(millions de dollars)					
1949	58	48	2	1	109
1950	58	51	2	1	112
1951	66	64	3	1	134
1952	76	89	3	3	171
1953	75	114	3	5	197
1954	71	113	3	3	190
1955	70	138	3	8	219
1956	79	166	3	6	254
1957	78	159	3	5	245

Il serait préférable de considérer comme une approximation l'estimation des recettes des camionneurs pour la manutention des denrées alimentaires (48 millions de dollars) en 1949. L'estimation des recettes (159 millions de dollars) pour 1957 est une autre approximation, mais elle a un caractère plus sûr. Quoi qu'il en soit, il y a suffisamment d'exactitude dans les estimations pour justifier les conclusions suivantes: 1) du point de vue des recettes des voituriers, le camionnage est de beaucoup le mode de transport le plus important pour les denrées alimentaires, si l'on n'inclut pas dans ces considérations les exportations et les importations des mêmes produits et 2) les recettes obtenues dans l'industrie du camionnage, pour la manutention des denrées alimentaires, ont triplé de 1949 à 1957. Le camionneur est donc de beaucoup le transporteur le plus important de denrées alimentaires et celui dont les frais et les opérations méritent le plus d'être étudiés.

Les expéditions de produits alimentaires par avion se sont sensiblement accrues depuis 1949, comme en fait preuve l'augmentation des recettes des compagnies aériennes qui d'un million de dollars sont passées à 5 millions en 1957. Néanmoins, les recettes provenant du transport par avion de denrées alimentaires ont à peine dépassé 2 p. 100 du revenu global que toutes les entreprises de transport ont retiré de ce genre d'expédition.

Les produits alimentaires transportés par les entreprises de sabotage consistent en grande partie de céréales. En effet, sur la quantité globale de denrées alimentaires manutentionnées dans nos ports en

1 L'estimation des recettes pour le transport des produits alimentaires en camions en 1949 est fondée sur le trafic de camionnage en tonnes-milles, multiplié par les recettes par tonne-mille, après rectification visant les changements dans les recettes par tonne de toutes les denrées transportées en camions, selon la publication du BPS intitulée Motor Carriers, Freight-Passenger.

1956, plus de 88 p. 100 étaient des céréales destinées à l'alimentation des humains. Au tableau 2, à cause de l'insuffisance des renseignements sur les denrées alimentaires transportées par les caboteurs, il n'est tenu compte que des céréales destinées à l'alimentation de l'homme et de quelques produits en conserve. D'après les données disponibles il paraît clairement que les entreprises de transport par voie d'eau ont à peine retenu leur part des revenus globaux provenant du transport de produits alimentaires d'origine canadienne destinés à la consommation domestique.

Recettes des chemins de fer provenant du transport des denrées alimentaires

Les recettes que les chemins de fer ont tirées chaque année des expéditions de denrées alimentaires produites et consommées au Canada sont données au tableau 3. Les quantités transportées par les chemins de fer ont baissé mais leurs recettes, par contre, se sont accrues. De 1949 à 1957, les recettes globales des chemins de fer provenant d'expéditions en grande et en petite vitesse sont passées de 58,5 millions de dollars à près de 78 millions, soit une augmentation d'un tiers. Pendant la même période le volume des marchandises (en tonnes-milles) a diminué de 5 p. 100. Le revenu moyen par tonne de marchandises a augmenté de plus de deux tiers. Si d'une part les recettes globales des chemins de fer ont augmenté, d'autre part, celles que leur rapportent les chargements partiels de wagon et les expéditions de lait en grande vitesse ont baissé de façon marquée.

Les recettes globales que les chemins de fer ont tirées du transport des denrées alimentaires (exception faite des exportations et des importations) ne se sont pas accrues de façon suivie mais ont néanmoins augmenté très nettement au cours de la période à l'étude et leur recette moyenne par tonne et par tonne-mille a suivi une courbe ascendante à peu près semblable. La diminution du volume des produits alimentaires transportés par rail qui a également eu lieu par à-coups, a considérablement influencé les fluctuations du revenu global. Les tarifs-marchandises ont augmenté. Les expéditions ont eu recours à d'autres moyens de transport. Ce sont là les deux principaux changements qui se sont produits par rapport au transport des denrées alimentaires par chemin de fer de 1949 à 1957. Quoique ces facteurs tendent à s'équilibrer en partie, les recettes globales des chemins de fer, qui ont atteint un point culminant en 1956 pour ensuite baisser légèrement en 1957, ont suivi une courbe ascendante pendant les dix années à l'étude.

Le volume des produits alimentaires transportés par chemin de fer et les recettes que ces compagnies ont obtenues de ce genre de transport ont varié de façon marquée d'un produit à l'autre. De 1949 à 1957, le volume des expéditions de poisson, de légumes frais et de pommes a nettement baissé et les recettes provenant de ce genre de transport ont à peine atteint leur niveau de 1949. Par contre, les quantités de viande en conserve et autre, de pommes de terre et d'aliments en conserve transportés ont nettement eu tendance à augmenter et les revenus provenant de ces expéditions se sont accrues davantage encore. Le nombre de porcs ainsi que la quantité de sucre et de produits de confiserie transportés ont fortement baissé de temps à autre mais ont néanmoins augmenté

TABLEAU 3. RECETTES DES CHEMINS DE FER PROVENANT DU TRANSPORTS
DE DENRÉES ALIMENTAIRES PRODUITES ET CONSOMMÉES AU
CANADA ET NOMBRES-INDICES DE LEURS RECETTES PAR
TONNE DE MARCHANDISE, 1949 A 1957.

Année	Recettes-marchandises des chemins de fer ^a (milliers de dollars)	Recette par tonne (1949 = 100)
1949	58,461	100.0
1950	58,008	107.1
1951	66,893	123.6
1952	76,379	132.4
1953	75,778	130.3
1954	71,356	151.0
1955	69,990	139.2
1956	79,075	151.9
1957	77,925	167.3

a Y compris les recettes estimatives provenant d'expéditions de produits alimentaires par wagnonnées complètes ou partielles, et les expéditions de lait et de denrées alimentaires par grande vitesse.

au cours de la décennie à l'étude.

Dans le cas de certains autres produits alimentaires les tendances n'ont pas été bien nettes. Jusque vers 1952, les expéditions d'oeufs, de produits laitiers, de bêtes à cornes, de veaux et de farine ont diminué; elles ont ensuite repris pour remonter jusqu'au niveau de 1949 approximativement. Les recettes, qui ont suivi les fluctuations du volume, ont augmenté pour enfin dépasser très nettement le niveau de 1949, sauf dans le cas des oeufs et des produits laitiers.

Nous ne nous proposons pas d'expliquer ici les causes des fluctuations qui ont eu lieu dans la quantité des diverses marchandises transportées. Un ensemble de facteurs qui entourent les conditions de la production et de la consommation de chaque article, ainsi que les changements qui se sont produits dans le coût réel du transport des uns et des autres, régionalement et à travers le pays, ont contribué à ces fluctuations. Après ce bref aperçu des tendances qui se sont manifestées à l'égard de certains produits choisis, nous allons maintenant démontrer que les généralisations sur l'ensemble du transport de denrées alimentaires par chemin de fer ne sauraient s'appliquer à un produit en particulier.

Si les chemins de fer ont pu garder le transport de certains produits c'est uniquement en évitant de mettre réellement en pratique les augmentations générales des tarifs-marchandises autorisées par la Commission des transports. Les tarifs étant statutaires dans le cas des céréales, la Commission des transports n'est pas en mesure de les aug-

menter¹. Les tarifs du Pas du Nid-de-Corbeau établis pour les céréales ont été maintenus à leur niveau original, afin de faciliter l'exportation des céréales canadiennes. Dans la mesure où ces tarifs s'appliquent aux céréales servant à l'alimentation des Canadiens, ils aident à rétrécir les écarts de prix de ces produits. Quoiqu'il n'en soit pas tenu compte, il est possible que ces tarifs, qui ont été maintenus à leur ancien niveau, aient influencé les taux de transport d'autres marchandises y compris les denrées alimentaires autres que les céréales.

Dans le cas de plusieurs produits dont les taux de transport ne sont pas fixés par la loi, la recette moyenne par tonne-mille n'a, de toute évidence, augmenté que très lentement. S'il en est ainsi, c'est sans doute en partie parce que les chemins de fer ont accordé divers tarifs de concurrence qui étaient plus bas que les tarifs non concurrentiels qui s'appliquaient à la majeure partie des marchandises qu'ils transportaient en 1949.

Dans un jugement rendu en 1957, la Commission des transports a parlé de la tendance toujours plus marquée de la part des chemins de fer d'établir des taux de concurrence pour toutes les marchandises et il nous semble que ces remarques devaient également s'appliquer aux denrées alimentaires. Voici ce que la Commission a dit entre autres:

"Il est à remarquer... que les recettes proportionnelles provenant des tarifs dits de "catégorie" ont nettement diminué depuis 1949 et qu'à l'heure actuelle elles ne sont plus que la moitié de ce qu'elles étaient alors. De tous les tarifs pratiqués par les chemins de fer ceux de catégorie sont les plus élevés et il semble bien que les expéditions qui y sont assujetties ont été confiées en grande partie aux entreprises de camionnage, ou encore, que les chemins de fer, lorsqu'ils s'en chargent, transportent ces marchandises à un tarif moins élevé, à un tarif de concurrence ou à un prix convenu.

Les expéditions faites au tarif de concurrence ont augmenté de 8.9 à 21 p. 100 et celles faites moyennant taxe convenue (en grande partie fondée sur la concurrence) de 2.4 à 10 p. 100, ce qui montre bien quelle est la situation par rapport au tarif de catégorie et aux tarifs non concurrentiels."²

1 Les taux statutaires s'appliquent aux céréales en transit dans l'Ouest du Canada qui sont destinées à la consommation domestique dans l'Est du pays. Ils ne s'appliquent pas aux céréales qui sont transportées dans les provinces des Prairies, à l'ouest de Fort William, ni à celles expédiées vers l'ouest pour la consommation domestique.

2 Commission des transports du Canada, Jugement définitif et ordonnance, 27 décembre 1957, p. 28.

Le tableau 4 montre les changements qui se sont produits depuis 1949 dans la recette moyenne par tonne-mille que les chemins de fer obtiennent du transport de divers produits alimentaires. Ces données proviennent d'un échantillonnage de 1 p. 100 des wagnonnées complètes que la Commission des transports effectue chaque année et par conséquent il peut y avoir de légères variations d'une année à l'autre à cause d'erreurs qui ont pu se glisser dans cet échantillonnage. Néanmoins, la tendance qui se dessine pour la période à l'étude peut être considérée comme exacte. Ainsi qu'on pouvait le prévoir, les tarifs statutaires pour les céréales de l'Ouest étant demeurés inchangés, la recette par tonne-mille provenant du transport du blé était à peu près la même en 1957 qu'en 1950. Ces tarifs ne s'appliquant pas aux céréales transformées en produits destinés à la consommation humaine, la recette par tonne-mille provenant des céréales transformées en produits alimentaires a nettement augmenté pendant la période en question. Les recettes moyennes provenant des expéditions de beurre, de fromage et d'oeufs étaient inférieures à celles de 1949-1950 à la fin de la période envisagée, et les recettes provenant du transport de produits comestibles de salaisons et de poisson semblent être un peu moins importantes qu'au début des années 1950. La betterave à sucre est une denrée que l'on expédie en général à une cinquantaine de milles de distance et, par conséquent, fait l'objet d'une concurrence entre les chemins de fer et les entreprises de camionnage. Il n'y a donc rien d'étonnant à ce que la recette moyenne provenant de ce genre de transport soit restée la même depuis quelques années. Dans le cas des pommes de terre, la recette moyenne par tonne-mille n'a pas augmenté parce que les chemins de fer ont exclu cette marchandise de certaines augmentations de tarifs et aussi parce que, depuis 1953, ils ont établi des taxes convenues après entente avec les producteurs de pommes de terre des provinces Maritimes.

Dans certains cas les recettes moyennes par tonne-mille des chemins de fer ont continué d'augmenter mais les quantités de marchandises transportées ont baissé dans des proportions considérables. Les fruits et les légumes frais ainsi que les bêtes à cornes et les veaux en fournissent des exemples.

Au cours des dix années qui viennent de s'écouler des quantités beaucoup plus considérables de bétail de tout genre ont été livrées aux parcs à bestiaux et aux salaisons par camion. La quantité de bovins livrés de cette manière est passée de 39 p. 100 en 1948 à 72.5 p. 100 en 1957; celle des porcs de 55.4 p. 100 à 76.4 p. 100, et celles des veaux et des moutons s'est accrue dans les mêmes proportions. Dans chaque cas la quantité livrée par chemin de fer a diminué de façon correspondante.

La concurrence livrée par d'autres moyens de transport, les entreprises de camionnage en particulier, a nettement retenu les chemins de fer d'augmenter leurs tarifs pour le transport des produits alimentaires. Ces produits n'ont pas subi tout l'impact des augmentations générales des tarifs ferroviaires. Les recettes moyennes par tonne-mille et par tonne que les chemins de fer ont obtenues du transport de denrées alimentaires a augmenté dans des proportions sensiblement moins importantes depuis 1949 à cause des tarifs statutaires établis pour les céréales et aussi par suite des tarifs de concurrence et des

TABLEAU 4. CHANGEMENTS SURVENUS DANS LA RECETTE MOYENNE PAR TONNE-MILLE PROVENANT, POUR LES CHEMINS DE FER, DU TRANSPORT DE CERTAINS PRODUITS ALIMENTAIRES, 1949 À 1957

(Revenu moyen par tonne-mille en cents)

Année	Blé	Produits alimentaires à base de céréales	Pommes	Pommes de terre	Betteraves à sucre	Produits comestibles de salaisons	Poisson	Beurre, fromage et oeufs	Sucre	Conserves
1949	0.50	1.40	2.00	1.20	3.60	2.80	2.20	3.00	2.00	1.70
1950	0.57	1.64	1.98	1.29	2.85	3.17	2.07	3.43	2.09	1.80
1951	0.65	2.13	2.10	1.42	2.64	3.75	2.07	3.97	2.16	1.93
1952	0.58	2.90	1.88	1.66	3.89	3.67	2.87	4.35	2.62	2.19
1953	0.57	2.82	2.52	1.92	3.13	3.45	2.88	4.19	2.44	2.72
1954	0.63	1.67	2.21	1.74	2.97	3.17	2.52	3.41	2.14	2.43
1955	0.56	1.66	2.44	1.75	3.00	2.87	2.72	2.91	2.22	2.44
1956	0.56	2.66	2.67	1.70	2.96	2.94	2.89	3.14	2.05	2.45
1957	0.55	2.33	2.75	1.70	2.90	3.36	2.69	2.88	2.18	2.51

Source: Commission des transports, Annual Waybill Analysis of Carload Traffic.

taxes convenues que les chemins de fer ont été obligés d'accorder pour plusieurs autres produits. L'industrie de l'alimentation a confié une partie de ses expéditions aux camionneurs soit parce que ce mode de transport est parfois moins coûteux en soi ou parce que, étant plus pratique, il permet aux maisons d'alimentation de réduire leurs frais globaux.

Si, toutefois, on envisage la question sous un autre angle, les frais de transport des denrées alimentaires produites et consommées au Canada n'ont pas été autant contenus. Le coût global du transport des produits alimentaires (estimé au tableau 2) est passé de 109 millions de dollars en 1949 à 254 millions en 1956, soit, une augmentation de 133 p. 100. Les frais de transport de tous les produits compris dans les comptes nationaux du Bureau fédéral de la statistique sont passés de 1,019 millions de dollars en 1949 à 1,929 millions en 1956, ce qui représente une augmentation de 89.3 p. 100. Le produit national brut n'a augmenté que de 80,9 p. 100¹. Il semblerait donc que les frais de transport des denrées alimentaires ont augmenté davantage que ceux de l'ensemble des marchandises et plus que le produit national brut.

Les preuves recueillies paraissent assez contradictoires mais nous croyons néanmoins pouvoir en tirer les conclusions suivantes:

1) De 1949 à 1957 des courants inflationnistes de nature générale ont influé sur les frais des transporteurs et ont conduit à des augmentations sensibles des tarifs-marchandises. Ces augmentations des taux ont été appliquées à tous les produits alimentaires sauf les céréales de l'Ouest, et en partie seulement aux pommes de terre.

2) A cause de la concurrence que se livrent les entreprises de camionnage et les chemins de fer, ces derniers n'ont pas pu appliquer pleinement les augmentations autorisées des tarifs dans le cas de certains produits alimentaires tels que les oeufs, le fromage, le beurre, la betterave à sucre et les pommes de terre. D'autre part, il y a eu un changement très net dans le mode de transport employé pour certaines marchandises et celles-ci ont été expédiées par camion plutôt que par chemin de fer; c'est ce qui s'est passé dans le cas des fruits et des légumes frais. La position des chemins de fer par rapport au transport des denrées alimentaires n'est plus du tout la même qu'en 1949.

3) Étant donné que les camions possèdent des avantages naturels sur les chemins de fer au point de vue du transport de marchandises de peu d'encombrement, spécialement lorsqu'il s'agit d'une courte distance, l'adoption du camion comme moyen de transport représente, du moins partiellement, le recours à un mode mieux adapté et plus efficace plutôt qu'une réduction du coût du transport par tonne-mille.

4) Le prix versé pour la distribution urbaine de la marchandise par camion a augmenté sensiblement entre 1949 et 1957. Comme c'est

¹ Les frais globaux du transport de toutes les marchandises (produits alimentaires et autres) se sont chiffrés à 6,8 p. 100 du produit national brut en 1949 et à 7.2 p. 100 en 1956; ils ont oscillé entre 6.7 p. 100 (1954) et 7.7 p. 100 (1947) au cours des dix dernières années.

le cas dans les autres estimations des recettes du transport par camion, il est difficile, en ce qui concerne la distribution urbaine des produits alimentaires, d'établir des conclusions sûres d'après des calculs effectués en partant d'hypothèses. La preuve des changements survenus dans le coût du transport des produits alimentaires par camion doit être considérée comme mieux qu'une simple preuve indirecte, mais il ne faut pas la tenir pour une preuve parfaite.

Coût du transport des produits alimentaires par camion

Si l'on compare le transport par camion aux autres moyens de transport, on voit que les écrits et les statistiques touchant le transport n'en ont parlé que très peu, du moins jusqu'à présent. Avant 1956, les statistiques publiées par le gouvernement ne fournissaient aucun renseignements sur le transport des produits alimentaires par camion au Canada et, même maintenant, on ne peut distinguer les produits alimentaires des autres marchandises que par les rubriques "Produits agricoles" et "Produits d'origine animale". On n'a publié aucun détail sur le transport de ces produits par camion dans les provinces de l'Atlantique avant 1957. Et pourtant, le transport par camion au Canada est une industrie qui est exploitée partout au pays, sauf dans quelques régions ou localités isolées.

Si l'on prend le coût total du transport par camion des denrées alimentaires produites et consommées au Canada (\$159 millions en 1957), plus de 40 p. 100 (proportion établie d'après les recettes) ont été transportés par des camions portant une plaque matricule de l'Ontario, et entre 25 et 30 p. 100 l'ont été par des camions immatriculés dans le Québec. Ainsi, au moins les deux tiers des frais d'ensemble du camionnage des produits alimentaires proviennent de l'emploi intensifié de ce mode de transport dans les régions du centre du Canada où la population est dense. On arrive aussi à la même conclusion lorsqu'on fait une distinction entre le transport des produits alimentaires entre les provinces et le transport à l'intérieur des provinces. En 1957, environ 7 p. 100 seulement du coût total représentaient le trafic entre les provinces, alors que le reste du coût représentait le transport entre différents endroits à l'intérieur d'une province, dans les régions urbaines surtout. Ces estimations comprennent le coût de location des camions "de louage", c'est-à-dire des camions appartenant à des compagnies qui s'occupent surtout du transport, de même que les frais de fonctionnement des camions appartenant à des particuliers ou à des compagnies qui s'occupent d'apprêter et de distribuer des produits alimentaires.

L'estimation du coût total du transport des produits alimentaires par camion, dans les villes, au cours de 1957 (par camions "de louage" et par camions privés) équivaut aux deux tiers du coût total du transport par camion. De fait, le transport urbain des produits alimentaires par camion au cours de 1957 (chiffre établi à plus de \$100 millions) dépasse le coût total du transport ferroviaire des mêmes denrées.

L'industrie du transport par camion ne fait évidemment pas concurrence aux chemins de fer quant à la distribution urbaine, mais, pour le transport interurbain, la rivalité a été très forte au cours des dix dernières années. En 1938, la Loi sur le transport a légalisé

la pratique établie des taxes convenues afin de permettre aux chemins de fer de faire face à la concurrence que les camions leur livraient. Aux termes de cette loi, les chemins de fer ont le droit de convenir de taux spéciaux moins élevés avec les expéditeurs, qui s'engagent en retour à envoyer au moins une certaine partie de leurs marchandises par chemin de fer. Cette loi n'a pas eu un effet important durant les années de guerre, parce que tous les moyens de transport fonctionnaient alors à pleine capacité et parce que le transport par camion connaissait une expansion limitée. Depuis la guerre, le recours aux taxes convenues a permis aux chemins de fer de conserver une partie du transport, qui, sans cette mesure, aurait pu passer aux camions.

Il est difficile de comparer de façon générale les différences qui existent entre les taux de transport qu'exigent les chemins de fer et ceux qu'exigent les camions. Lorsqu'il y a une réelle concurrence, les deux ont tendance à exiger les mêmes tarifs pour des services semblables. S'il en était autrement, le moyen de transport le moins coûteux accaparerait presque inévitablement tout le transport des marchandises.

Il peut arriver toutefois qu'une compagnie de transport soit choisie de préférence à une autre et en dépit de ses taux élevés lorsqu'elle offre un meilleur service que sa rivale. Les camions et les chemins de fer offrent des services différents l'un de l'autre et l'expéditeur trouve de part et d'autre des avantages. Le transport par voie routière est plus rapide et plus souple. Le camionneur peut se mettre en route dès que son véhicule est chargé. Le service de cueillette et de livraison sur place qu'offre le transport par camion est très avantageux pour le client qui n'a pas de voie de chargement à sa disposition. Comme le conducteur aide à charger et à décharger son véhicule le coût du chargement et du déchargement des marchandises s'en trouve réduit d'autant, pour l'expéditeur comme pour le consignataire. Le camionnage exige en outre une manutention moins considérable et engendre moins d'avaries et par conséquent moins de réclamations en dommages-intérêts. Ajoutons qu'une maison de commerce qui a une flottille de camions à sa disposition est en mesure de faire face à la hausse des tarifs de transport et de répondre en même temps aux exigences de son service de livraison. L'expéditeur qui dispose de camions peut choisir l'équipement qui convient plus particulièrement au transport de ses denrées¹. Voilà pourquoi le camion peut affronter la concurrence du chemin de fer lors même que le coût du camionnage serait plus élevé, par tonne-mille, que celui du rail. C'est la situation qui se présente couramment dans le transport des denrées alimentaires au Canada. La moyenne des recettes, par tonne-mille, du transport des denrées alimentaires par rail, en 1956, a été de 1.53c. et en 1957, de 1.62c. Par contre, on estime que la recette moyenne, par tonne-mille, des camions de louage, au cours des années 1956 et 1957, s'est établie entre 6.5c. et 7.0c.

D'autre part, le chemin de fer représente le moyen de transport traditionnel par terre des marchandises en vrac, et il peut porter

¹ Dun's Review of Modern Industry, juin 1958, "A Shipper's Eye View of America's Transport System", p. 66.

d'un lieu à un autre d'énormes quantités de denrées à un coût minime. Lorsqu'il s'agit de transporter certaines denrées, comme les céréales, le chemin de fer offre des avantages considérables. Il est en outre mieux outillé pour le transport à longue distance. A l'encontre des chemins de fer, les compagnies de camionnage n'ont pas d'organisation nationale à leur disposition et ne peuvent bénéficier par conséquent des moyens d'action que cette dernière représente. De plus, l'emploi des camions se révèle dispendieux et la surveillance et l'entretien de ces véhicules deviennent moins faciles au fur et à mesure qu'ils s'éloignent de leur point d'attache. A chaque moyen de transport correspond le champ d'activité qui lui est propre et qui répond au genre de service que ce moyen est le plus en mesure d'offrir. D'autre part, on constate la présence d'un terrain intermédiaire considérable où le jeu de la concurrence peut être extrêmement poussé.

Grâce à une étude des préférences de l'industrie des denrées alimentaires du Texas, en matière de transport, on a pu déterminer le champ de concurrence qui existe entre le chemin de fer et le camion de la façon suivante:

"Pour résumer l'activité des chemins de fer relativement au transport à distance, donc, il est possible de dire qu'on n'a guère eu recours au rail lorsque le parcours de l'expédition ne dépassait pas 100 milles; et lorsqu'il était entre 100 et 250 milles, on ne les a utilisées que pour des wagonnées complètes. Lorsque le parcours de l'envoi dépassait 250 milles, cependant, les chemins de fer ont de plus en plus concurrencé les camions, et les expéditions ferroviaires de toutes sortes ont beaucoup augmenté."¹

En général, on peut en dire autant de la situation au Canada. Dans le transport des produits alimentaires, les divers moyens de transport ne se font concurrence que pour une partie du trafic des marchandises: ce sont les avantages propres à chacun qui circoncrivent la concurrence. Depuis dix ans on se sert de plus en plus de camions, ce qui prouve qu'ils ont réussi à triompher des chemins de fer; mais lorsqu'ils auront fini par accaparer les genres de transport auxquels ils conviennent le mieux, leur essor cessera de nuire aux autres moyens de transport et s'accroîtra selon le rythme national du commerce alimentaire. Il se peut fort bien, donc, que pendant les dix années à venir les camions ne connaissent pas du tout le même essor que pendant les dix années passées.

Transport par eau

Bien que le commerce des céréales occupe une grande place dans la navigation côtière canadienne, le transport par eau des articles d'alimentation destinés à la consommation nationale n'a qu'une importance secondaire et ne compte que pour 1.3 p. 100 de tous les frais du trans-

¹ Texas Transportation Institute, Bulletin No 8, "Transportation Uses and Preferences of the Texas Food Industry", par Charley V. Wootan, p. 45.

port des produits alimentaires (Tableau 2). L'expédition par voie maritime est assurément le moyen de transport le moins coûteux. Pendant les dix dernières années, le prix du transport par navigation côtière d'une tonne de céréales était d'environ un tiers de cent pour un mille, et le transport de blé fournissait plus que la moitié de toutes les recettes découlant des expéditions maritimes de vivres destinés à la consommation nationale.

Il faut insister de nouveau ici sur la nature très approximative de ces estimations: elles comprennent des calculs sur les frais de transport de céréales destinées à la consommation nationale et de marchandises en conserve consignées au commerce d'eaux intérieures des Grands Lacs et du Saint-Laurent. La statistique nous manque pour estimer les frais du transport des produits alimentaires dans le golfe Saint-Laurent et sur les côtes de l'Est et de l'Ouest du Canada.

Sauf pour ce qui est des céréales, la navigation côtière ne compte pas pour beaucoup dans le transport des produits alimentaires. On n'en saurait nier l'importance dans certaines régions; elle est d'une importance capitale pour le pêcheur de Terre-Neuve, par exemple, qui, habitant un port isolé, n'a que ce moyen pour expédier sa prise et pour se faire livrer des vivres. Mais, somme toute, le transport maritime des produits alimentaires (à part les céréales) n'a qu'une importance secondaire; et la statistique gouvernementale n'en parle guère. Nous n'avons pu par conséquent calculer les recettes qu'en obtiennent les compagnies de transport maritime.

Il est assez rare que les compagnies de cabotage se voient supplantées par les autres compagnies de transport dans leur trafic-marchandises. Le cabotage n'a pas connu les changements considérables qui, depuis 10 ans, ont permis aux camionneurs d'enlever aux chemins de fer une grande partie de leur trafic-marchandises. Le transport par eau est peu coûteux, il a sa place bien établie dans la manutention de la marchandise en vrac mais il est lent et ne peut livrer à l'intérieur des terres sans le secours d'un autre voiturier.

Cargaisons aériennes

On remarque une extraordinaire différence entre les recettes d'une ligne aérienne et celles d'une compagnie de cabotage pour le transport d'une tonne de produits alimentaires. En 1956, la recette moyenne, par tonne de céréales expédiées par eau, était de \$2.72; celle des lignes aériennes, pour le transport de denrées de toutes catégories, était de \$328.28. Ce décalage reflète la grande différence qui marque le rôle de chacun de ces deux voituriers. Le transport maritime est le moins coûteux, mais le plus lent, de tous les moyens d'expédition de la marchandise en vrac. Le transport par cargo aérien est le plus rapide et le plus coûteux et, partant, il ne sert aux régions peuplées qu'en cas d'urgence ou pour des services spéciaux; souvent, c'est le seul service d'hiver vers les régions éloignées.

Bien que les coûts de transport aérien ne représentent qu'une très petite portion du total du coût du transport national des denrées alimentaires, les recettes qu'en tirent les lignes aériennes ont plus

que quadruplé; d'un million de dollars en 1949 elles ont atteint cinq millions en 1957 (tableau 2). Le gros de cette augmentation s'explique par le volume accru du trafic-marchandises qui a aussi quadruplé depuis sept ans.

Il n'en reste pas moins que le transport par cargo aérien augmente rapidement, même s'il ne représente encore qu'un facteur négligeable du coût total du transport des produits alimentaires. Il n'a guère de succès dans les régions fortement peuplées, en comparaison des autres moyens de transport qui, ayant accéléré suffisamment leurs services, ont pu parer avec succès à la concurrence des lignes aériennes. Le transport aérien a remporté plus de succès lorsqu'il a entrepris d'exploiter les routes aériennes des régions lointaines du Nord canadien pour le transport des produits alimentaires. Ainsi, Yellowknife, dans les Territoires du Nord-ouest, dépend entièrement pendant neuf mois de l'année, des lignes aériennes pour son ravitaillement en produits périssables. En outre, le poisson du Manitoba et de certaines parties du nord-ouest de l'Ontario est expédié régulièrement par air aux régions plus au sud. Les messageries et le trafic-marchandises aériens ont donc pris une importance considérable dans certaines régions qui peuvent se permettre ce service très coûteux. Nul doute que le tarif-marchandises aérien a influencé le prix de détail des produits alimentaires et que, dans les régions qu'il dessert, ce prix est beaucoup plus élevé que dans celles où les aliments sont amenés par transport moins coûteux. Comme la recette moyenne, par tonne d'aliments, des transporteurs aériens s'est accrue en proportion moindre que les recettes du camionnage ou du transport ferroviaire, la contribution, aux écarts de prix, des frais du transport aérien des produits alimentaires expédiés aux régions éloignées du Nord, a vraisemblablement été inférieure à celle des frais de transport dans les régions desservies principalement par d'autres voituriers. Cependant, le jour où la population et le progrès envahiront les régions lointaines, il est à présumer que le consommateur canadien verra s'augmenter la moyenne des coûts du transport et, partant, la moyenne des prix des produits alimentaires.

Dans les régions situées plus au sud, il se peut que les avions-cargo arrivent à jouer un rôle important dans le transport des denrées alimentaires, surtout si la vitesse que peuvent atteindre les appareils s'accroît à un rythme rapide. Dans un article publié récemment, qui traitait des avantages et des perspectives d'avenir des différents moyens de transport existant en Amérique du Nord, on trouve la déclaration suivante:

"Si l'on en croit M. Hugh J. Davern, premier vice-président de la Grand Union Company, l'une des dix principales chaînes d'épiceries, les avions à réaction réduiront de moitié le temps que mettent les produits frais à passer de la ferme à l'épicerie géante. Ce fait amènerait une révolution dans la vente de ces produits, car les cultivateurs expédieront probablement leurs légumes et leurs fruits frais déjà prêts à servir ou prêts pour la cuisson, afin de

faire concurrence aux produits congelé."¹

Au cours de la dernière décennie, l'industrie du transport a subi des transformations et son efficacité s'est accrue. Les compagnies d'aviation ont donné plus d'envergure à leurs services de transport des marchandises, et leur chiffre d'affaires a grandi considérablement, alors que les frais de manutention par tonne de chargement ne subissaient qu'un accroissement modeste. La concurrence entre les compagnies de camionnage et de chemins de fer a entraîné l'orientation d'une partie considérable du commerce vers le camionnage, qui convient mieux au transport de certaines marchandises. La nécessité de recourir de plus en plus à des taux de concurrence a forcé les chemins de fer à maintenir leurs prix à un niveau inférieur à ce qu'il pourrait être pour certaines catégories de services, bien que les bénéfices soient au moins en partie contrebalancés par le poids des frais qui est reporté sur les autres secteurs du trafic ferroviaire. Surtout si une pression inflationniste s'exerce de nouveau sur les coûts du camionnage, et indirectement sur les tarifs-marchandises des chemins de fer, on réussira à réprimer l'influence qu'ont les frais de transport sur l'écart des prix des denrées alimentaires à la seule condition d'augmenter continuellement l'efficacité de l'industrie.

3. Urbanisation et frais de transport.

Le coût global du transport des denrées alimentaires par camion dans les centres urbains en 1957 a été de plus de \$106 millions. La population urbaine du Canada subit un accroissement à la fois absolu et relatif. Au recensement de 1951, 62,9 p. 100 de la population canadienne vivaient dans les villes, et 66,6 p. 100 au recensement de 1956. Les chiffres du tableau 5 illustrent l'accroissement phénoménal de la population de certaines régions métropolitaines entre ces deux années de recensement. La population d'Edmonton a augmenté d'un peu plus de 30 p. 100 tandis que Calgary a vu sa population augmenter de plus de 28 p. 100. Les dix villes qui suivaient par ordre de rapidité d'accroissement étaient toutes situées en Ontario. En 1957, l'Ontario a déboursé une bonne moitié du prix total du transport par camion des denrées alimentaires dans les villes du Canada. La distribution des denrées par camion dans les régions métropolitaines de l'Ontario constitue un commerce important qui prend rapidement de l'envergure.

Le fait de dépenser des sommes aussi considérables dans les centres urbains pour la manutention des denrées alimentaires, sans compter l'expansion rapide de ces derniers, nous pousse à nous demander si la distribution des denrées alimentaires dans les villes est aussi bien organisée qu'elle devrait l'être. Le manque de données statistiques complètes et détaillées rend tout enquête difficile, de sorte qu'il faut se borner à constater l'importance considérable de cette industrie, notamment l'industrie du transport dans les centres urbains. Celle-ci comprend des milliers de firmes, à commencer par celles qui se spécialisent

¹ Dun's Review of Modern Industry, juin 1958, "Better Transportation is Up to Management", p. 103.

TABLEAU 5. NOMBRE D'HABITANTS DANS LES RÉGIONS MÉTROPOLITAINES
OÙ LA POPULATION S'ACCROÎT RAPIDEMENT, 1951 ET 1956

Rang	Région métropolitaine	Province	Population		Augmentation (%)
			1951 (en milliers)	1956	
1	Edmonton	Alberta	249	174	30.2
2	Calgary	Alberta	196	141	28.3
3	Sudbury	Ontario	94	71	24.4
4	Sarnia	Ontario	52	41	21.3
5	St. Catharines	Ontario	84	68	20.1
6	Oshawa	Ontario	64	52	19.9
7	Sault-Sainte-Marie	Ontario	50	40	19.7
8	Kitchener	Ontario	79	64	19.2
9	Niagara Falls	Ontario	51	42	17.2
10	Toronto	Ontario	1,348	1,117	17.1
11	Guelph	Ontario	37	30	17.1
12	Hamilton	Ontario	326	272	16.4
13	Halifax	Nouvelle-Écosse	160	134	16.1
14	London	Ontario	153	129	16.0
15	Chicoutimi - Jonquière	Québec	92	78	15.4
16	Fort-William - Port-Arthur	Ontario	84	71	14.8
17	Vancouver	Colombie-Britannique	659	562	14.7
18	Kingston	Ontario	58	49	14.4
19	Winnipeg	Manitoba	410	354	13.6
20	Shawinigan Falls	Québec	58	51	13.2
21	Saint-Jean	Terre-Neuve	78	67	13.2
22	Ottawa - Hull	Ontario - Québec	336	292	12.8
23	Montréal	Québec	1,595	1,395	12.5

dans le transport par camion et celles qui s'occupent principalement d'acheter diverses denrées alimentaires pour les transformer et les distribuer et qui ont à leur disposition un ou plusieurs camions. La collectivité a donc intérêt à ce que leur organisation soit efficace.

L'urbanisation peut faire monter les prix de transport de deux façons. En premier lieu, une augmentation de la population urbaine peut faire en sorte que l'on ait à parcourir une distance plus longue pour s'approvisionner en denrées alimentaires, afin de répondre aux besoins de l'agglomération. Deuxièmement, les frais de livraison des denrées alimentaires à l'intérieur d'une ville sont susceptibles de subir une hausse au fur et à mesure que la population augmente.

Dans le cas des oeufs, du lait, du beurre et de la viande, les zones productrices aux environs de la ville peuvent reculer devant l'expansion de celle-ci et la demande de ces denrées augmentant par le fait même, la majoration qui peut rendre la production lucrative s'en trouve haussée. Il en résulte que la moyenne du trajet de transport s'élève ainsi que les frais de transport par chemin de fer ou par camion. Les données statistiques générales relatives à la moyenne du trajet de transport par chemin de fer ne donnent pas séparément le trajet moyen vers les centres urbains. Sans données parallèles pour le transport par camion, il est donc impossible de distinguer les changements relatifs à longueur du trajet dû la vogue grandissante du transport des marchandises par camion, des changements qui résultent de la demande de plus en plus considérables des grandes villes.

De même, on ne saurait attribuer nécessairement à l'urbanisation le transport net des diverses denrées alimentaires par chemin de fer d'une province à l'autre. Néanmoins, l'importation nette de quantités de plus en plus considérables de denrées alimentaires dans une province indique la position que celle-ci occupe du point de vue production agricole; c'est l'indice d'un recours à des sources extérieures d'approvisionnement. En règle générale, le fait de dépendre de sources extérieures d'approvisionnement augmente les frais de transport.

Les changements survenus dans la situation excédentaire ou la situation déficitaire des diverses provinces, ainsi qu'on peut le voir par la quantité de produits agricoles et de produits d'origine animale transportée par chemin de fer, peuvent être appréciés en s'en remettant au tableau 6. L'augmentation marquée des importations de produits agricoles et de produits d'origine animale en Ontario s'applique à une grande variété de produits et elle peut donc être l'effet direct de l'augmentation des populations urbaines. Dans la province de Québec l'importation nette de viande et de volaille habillée a augmenté de manière sensible de 1949 à 1957 et il en est ainsi des pommes de terre, de la farine et des "autres fruits", exception faite des pommes. Il est très possible que les changements survenus dans les importations nettes de céréales correspondent à quelque modification du volume des livraisons à destination de l'étranger plutôt qu'à des changements survenus sur le marché intérieur. Ainsi, dans le cas de la Colombie-Britannique, l'augmentation appréciable des importations nettes de produits agricoles par chemin de fer s'explique très facilement par une hausse marquée des importations nettes de blé, certainement attribuable à une augmentation des

livraisons en provenance des provinces des Prairies qui sont ensuite acheminées par bateau vers l'étranger. L'augmentation des importations nettes des bêtes à corne, de porcs, de viande habillée et de farine correspond vraisemblablement à l'importance de la demande urbaine. Les preuves fournies sont loin d'être définitives, mais elles ne s'opposent pas à la possibilité que le transport des denrées alimentaires par chemin de fer vers les marchés urbains se fasse désormais sur un trajet plus long.

Dans le cas des produits alimentaires fabriqués, l'approvisionnement des agglomérations urbaines ne comporte pas une nécessité aussi absolue de mettre à contribution une zone plus étendue. De nouvelles usines de dimension presque optimum peuvent s'établir à proximité de centres urbains en croissance qui, auparavant, constituaient un marché trop restreint pour absorber la production d'une manufacture. Dans un tel cas, la construction d'un nouvel établissement pourra sensiblement réduire la moyenne du parcours ferroviaire à l'égard d'une certaine denrée fabriquée, bien qu'elle puisse prolonger la distance de livraison des matières alimentaires brutes. Dans la présente étude, nous n'avons entrepris aucune analyse approfondie des denrées et nous ne nous efforçons par de présenter des données statistiques sur le prolongement des distances parcourues pour le transport des denrées alimentaires aux villes en état d'expansion.

L'urbanisation peut accroître les frais de transport des denrées alimentaires d'une autre façon, soit en rendant la distribution vers l'intérieur de la ville plus difficile et plus dispendieuse. L'encombrement de la circulation dans les agglomérations urbaines augmente les frais que nécessite la conduite de véhicules de livraison dans les rues du centre des affaires à certains moments de la journée. Dans quelques grandes villes, à Montréal par exemple, les embouteillages pourront occasionner des retards et une utilisation inadéquate des heures de camionnage pendant la journée. Les fabricants de produits alimentaires peuvent dresser un horaire de livraison qui réduira, jusqu'à un certain point, le temps que les camions perdent dans des encombrements. On pourra organiser les livraisons aux succursales de chaînes de façon à éviter les heures d'affluence. Plusieurs laiteries commencent leurs livraisons avant l'aurore afin d'approvisionner en lait frais et en produits laitiers, les consommateurs, les restaurants et les magasins avant le début de leur journée, évitant ainsi le plus fort de l'encombrement.

Les laiteries souffriront peut-être davantage de l'expansion des banlieues où la distance entre les maisons est plus grande, les maisons d'appartements plus rares qu'au centre de la ville et où, par conséquent, chaque camion prend un temps plus considérable pour faire le même nombre de livraisons.

Le chevauchement des parcours ou la livraison aux domiciles plutôt qu'aux magasins de détail présente une autre particularité de la distribution urbaine des aliments. Intéressée à diminuer le coût de la distribution du lait, la Commission royale ontarienne d'enquête sur le lait, instituée en 1947, a exprimé l'espoir de voir d'autres techniques d'épargne mises à l'épreuve: telles les remises sur les ventes en grande quantité, les ventes centralisées, la livraison à tous les deux jours

TABLEAU 6. VOLUME NET DES PRODUITS AGRICOLES ET DES PRODUITS D'ORIGINE ANIMALE
TRANSPORTÉS PAR CHEMIN DE FER EN 1949 ET EN 1957, PAR PROVINCES

Province	Année	Volume net de produits agricoles transportés ^a		Volume net de produits d'origine animale transportés	
		A l'extérieur de la province	A l'intérieur de la province	A l'extérieur de la province	A l'intérieur de la province
		(en milliers de tonnes)			
Terre-Neuve	1949	non disponibles			
	1957		53		14
I. P.-É.	1949	193		10	
	1957	195		11	
Nouvelle-Écosse	1949		214		23
	1957		711		13
Nouveau-Brunswick	1949	107			14
	1957		636		24
Québec	1949		1,667		133
	1957		2,214		202
Ontario	1949		4,824		21
	1957		6,460		126
Manitoba	1949	2,575		23	
	1957	1,306			2
Saskatchewan	1949	6,502		184	
	1957	8,580		195	
Alberta	1949	3,798		246	
	1957	4,367		284	
Colombie-Britannique	1949		357		52
	1957		5,148		73

^a Grandes cultures, fruits, légumes, tabac et autres produits.

Source: Données basées sur les publications du Bureau fédéral de la statistique: Summary of Monthly Railway Traffic Reports pour l'année terminée le 31 décembre 1949 et Railway Freight Traffic de 1957.

et le zonage des itinéraires. Dans son rapport, l'honorable D.C. Wells remarquait aussi:

"Pour rendre justice au distributeur, je crois nécessaire d'ajouter qu'il est impossible de réduire davantage les frais de distribution sans une collaboration beaucoup plus active de la part du public consommateur. Je n'ai devant les yeux aucune preuve concluante qui indique que le coût de la transformation et celui de la gestion administrative soient déraisonnables ou puissent être réduits considérablement... À l'heure actuelle, seule une réorganisation fondamentale des méthodes de distribution pourra conduire à de nouvelles économies. Sans cette réorganisation, la nature et l'ampleur des épargnes possibles resteront comparativement minimes."¹

Les mêmes observations valent pour la situation actuelle. On a fait l'essai de quelques méthodes économiques, mais il y aurait encore beaucoup à accomplir dans le domaine de la réorganisation des méthodes de distribution. Il faut ici faire remarquer une évolution évidente; dans le cas du pain et du lait, le volume des livraisons diminue, l'acheteur se chargeant lui-même d'emporter ses emplettes. Dans quelques centres urbains, on a fusionné les services de livraison; on peut se demander cependant si l'économie réalisée par la combinaison des transports et d'élimination de certaines tournées compensera une diminution du chiffre des ventes. De toutes façons, la pratique du comptant sans livraison ne signifie pas une économie complète des frais de transport; cela ne fait qu'enlever la charge, en entier ou en partie, au marché pour la reporter sur le consommateur.

Devant l'augmentation de la population urbaine au Canada et les dépenses considérables qu'entraîne la distribution des produits alimentaires dans les villes, on réalise combien précieuse serait l'étude des problèmes que présente la mise en pratique d'une méthode de distribution efficace. La question n'a jamais été considérée sous tous ces aspects; les personnes intéressées aux problèmes de circulation en ont étudié quelques-uns; on a également résolu quelques difficultés propres à une entreprise particulière ou à la distribution d'un produit particulier, comme le lait. Une étude du problème dans son ensemble contribuerait à établir clairement la portée des économies réalisables; une vue d'ensemble de ce genre attirerait plus volontiers l'attention du public qu'une étude morcelée. Le coût de la distribution des produits alimentaires dans les villes étant un des éléments de l'écart des prix, il est donc à prévoir que la réduction de ce coût dans les dix prochaines années pourrait empêcher jusqu'à un certain point l'écart de s'élargir.

4. Lacunes des relevés statistiques

Au cours des recherches entreprises en vue de relever le coût approximatif du transport d'aliments de tous genres, nous avons eu l'occasion d'étudier en détail les publications statistiques actuelles

1 Rapport de La Commission royale ontarienne d'enquête sur le lait, 1947
p. 93.

portant sur le transport au Canada. Cet examen a fait constater des lacunes et a donné lieu à certaines suggestions qui sont de nature à améliorer la situation. Nos propositions découlent des tentatives d'utiliser les données existantes pour une fin particulière, mais la statistique recueillie comme nous le proposons pourrait être utile à d'autres recherches. Donc, même si on négligeait à l'avenir d'estimer et de compiler le coût global du transport par produit, industrie ou autre classe ou catégorie, de l'économie canadienne, ou si on ne se préoccupait pas de tenir à jour et de compléter les renseignements offerts ici, les suggestions suivantes auraient quand même leur utilité et contribueraient à l'amélioration générale de la statistique du transport.

1) Le statisticien qui entreprend de faire l'estimation du coût global du transport des aliments par camion rencontre de multiples difficultés dont la plus grande est l'absence de renseignements suffisamment détaillés sur les années qui précèdent 1957. Jusque là, la ventilation des produits transportés était insuffisante. Dans le cas de certains types de camionnage (e.g.: le camionnage urbain), on ne possède aucun renseignement sur les produits transportés. Le rapport intitulé Motor Transport Traffic Statistics, publié par le Bureau fédéral de la statistique en 1957, a comblé plusieurs lacunes, mais une précision plus grande et des relevés plus détaillés seraient souhaitables, si l'on veut arriver à estimer le prix total du transport des produits alimentaires.

2) Les relevés statistiques des chemins de fer du Canada sont abondants; cependant les données et l'exactitude de ces données sur le parcours par tonne et la recette par tonne-mille sont rares dans le cas de produits particuliers. La seule source d'information actuelle provient d'une publication de la Commission des transports du Canada intitulé: Annual Waybill Analysis of Carload Traffic, dont les relevés sont basés sur un échantillonnage de 1 p. 100 de tous les chargements complets de wagon.

3) Les données font défaut en ce qui concerne les denrées transportées par les services aériens. Une des difficultés réside dans le fait que les lignes aériennes ne prennent note ni de la catégorie ni de la quantité des marchandises qu'elles transportent "en vrac" ou dans des avions nolisés. Si les services d'aviation consignaient tous ces détails, on pourrait disposer de renseignements utiles.

Si toutes les compagnies de transport mettaient à la disposition du public un rapport statistique, par denrée, dans le genre de la Canadian Freight Commodity Statistics Classification, publiée par l'Association des chemins de fer du Canada, il serait plus facile d'estimer les changements que subit le trafic-marchandises en passant d'un genre de voiturier à un autre.

4) En outre, il y aurait moyen de compléter la statistique maritime en donnant des renseignements sûrs, pour chaque denrée, sur les recettes du transport ainsi que sur la distance parcourue. Actuellement, même les chiffres des quantités en tonnes manquent d'exactitude. Ainsi, pour une denrée donnée, le chiffre des chargements déclarés pour le transport côtier diffère souvent complètement du chiffre des déchargements.

5) Il y aurait avantage à pouvoir disposer de plus de détails sur les particularités des divers centres urbains, surtout des grands centres. Il est impossible, à l'heure actuelle, de juger du volume des denrées produites, de la quantité de denrées qui entre dans les grandes villes ou qui en sort, ou du coût de distribution des marchandises à l'intérieur des villes.

5. Conclusions

1. Le total des dépenses consacrées au transport des denrées produites et consommées au Canada est passé de 109 millions de dollars en 1949 à 245 millions en 1957.
2. Sur ce chiffre, les recettes perçues par les camionneurs représentaient 48 millions en 1949 et 1959 millions en 1957. L'industrie du transport par camion a donc recueilli une part considérable, et qui va croissant, des recettes du transport des denrées (exportations et importations non comprises).
3. Le volume des denrées transportées par camions, en tonnes-milles, s'est accrue de près de 80 p. 100, résultat attribuable au fait que dans bon nombre de cas, le transport par chemin de fer a fait place au transport par camions. Le volume, en tonnes-milles, des denrées canadiennes transportées par chemin de fer en 1957 a été un peu moins considérable qu'en 1949.
4. Entre 1949 et 1957, les tarifs-marchandises des chemins de fer ont en général augmenté de 79 p. 100. Ces augmentations sont attribuables surtout, et de façon indirecte, à l'ensemble des pressions inflationnistes qui ont fait monter en flèche les frais des chemins de fer. Par suite de la concurrence considérable que leur opposaient les autres genres de transport, surtout les camions, les chemins de fer n'ont pas haussé leurs tarifs jusqu'au niveau autorisé par la Commission des transports. La recette moyenne, par tonne-mille, provenant du transport par rail des denrées alimentaires, n'a augmenté que de 43.1 p. 100. La recette moyenne par tonne-mille obtenue du transport de certains produits, entre autres le beurre, les oeufs, les betteraves à sucre, les produits comestibles de salaisons et le poisson, n'a donc pas augmenté au cours de cette période ou, si elle a augmenté, c'est dans une proportion moins considérable que le chiffre de la recette moyenne par tonne-mille provenant de l'ensemble du transport des denrées. Et même là, la recette moyenne par tonne-mille obtenue entre 1949 et 1957 s'est accrue par un plus fort pourcentage que l'indice des prix à la consommation, au détail dans le cas des denrées alimentaires.
5. Le commerce côtier des denrées alimentaires a trait surtout au transport des céréales, et du blé en particulier. Les recettes provenant du transport des céréales destinées à la consommation canadienne ont parqué une augmentation considérable en 1952-1953 tandis qu'en 1957, elles ont été à peu près les mêmes qu'en 1949. La moyenne des recettes, par tonne-mille ne s'est accrue que de 10 p. 100 environ au cours de cette période.

6. Tout comme le tarif du transport par eau, dans le domaine des denrées alimentaires, les tarifs du transport aérien ont augmenté dans une proportion moins considérable que ceux du transport par rail ou par camion, entre 1949 et 1957. Le transport des denrées par avion a plus que quadruplé. Les recettes obtenues par les lignes aériennes en 1957 du transport des denrées produites et consommées au Canada, soit 5 millions, ont été plus considérables que celles des compagnies de cabotage. Le trafic-marchandises aérien et les services des messageries aériennes se sont révélés d'une grande efficacité dans le ravitaillement des régions du Grand Nord canadien.

7. La distribution des denrées alimentaires dans les centres urbains représente au point de vue de la réduction des frais un vaste champ de possibilités. Les frais de transport des denrées alimentaires par camions, dans les villes, ont été considérables en 1957, tant sous le rapport du total (au delà de 100 millions) que sous celui de leur proportion de l'ensemble des frais de transport. Quelles que soient les mesures que l'on puisse prendre pour diminuer le coût du transport par camions des denrées alimentaires dans les villes, ces mesures auront des répercussions sur l'ensemble des frais de commercialisation.

APPENDICE A

Source des données

1. Chemins de fer

Les principales sources des données qui ont servi à calculer les recettes des chemins de fer provenant du transport des aliments produits et consommés au pays sont les publications du Bureau fédéral de la statistique intitulées Railway Freight Traffic (publication annuelle) et Shipping Report (autre publication annuelle d'où sont extraites les statistiques relatives aux exportations et aux importations transportées par eau dont il a fallu tenir compte pour opérer les rectifications permettant de déterminer les expéditions d'aliments par chemin de fer à l'intérieur du pays). Il y a aussi la publication de la Commission des transports du Canada intitulée Annual Waybill Analysis of Carload Traffic.

2. Camionnage

Le coût du transport par camion des produits alimentaires est fondé sur les recettes que les compagnies de transport ont perçues des expéditeurs, d'après la publication du Bureau fédéral de la statistique intitulée Motor Transport Traffic Statistics. Seules des statistiques pour une ou deux années sont disponibles à l'égard de chaque province et il n'y a aucune période de douze mois pour laquelle des données statistiques aient été publiées pour toutes les provinces avant l'année 1957.

Avant de publier Motor Transport Traffic Statistics, le Bureau fédéral de la statistique éditait Motor Carriers, Freight-Passenger mais ce dernier annuaire ne contient pas de données sur les produits agricoles ni sur les produits d'origine animale. Il est donc impossible de s'en servir pour calculer les recettes totales provenant du transport des aliments par camion. Cependant les données qu'il contient sont utiles pour faire voir l'expansion du transport par camion et les changements dans la recette moyenne par tonne-mille de 1949 à 1956. En raison de la difficulté d'obtenir des données certaines d'un si grand nombre de camionneurs dont plusieurs ne s'occupent de camionnage que d'une façon intermittente, le Bureau fédéral de la statistique fait observer que ses sources de renseignements sont bien limitées même dans sa dernière série de publications intitulées Motor Transport Traffic Statistics.

3. Transport par eau

Rapports du Bureau fédéral de la statistique intitulé Grain Trade of Canada, rapports de la Commission des grains et correspondance avec les sociétés et les agences de cabotage.

4. Transport par air

Les données ont été obtenues de différents services aériens à horaire fixe et sans horaire et d'Air-Canada.